p-ISSN 2308-5258 e-ISSN 2308-1996
Humanities and Social Science, IX(46), Issue: 254, 2021 Jun.

SCIENCE AND EDUCATION A NEW DIMENSION

HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

www.seanewdim.com

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

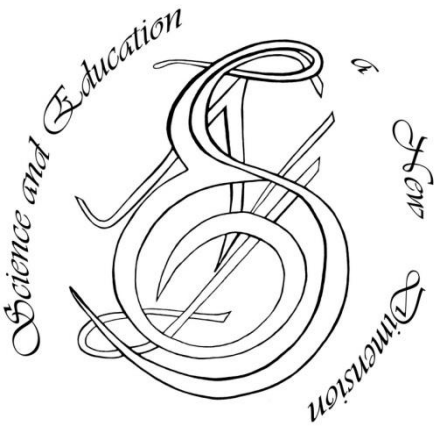
p-ISSN 2308-5258 e-ISSN 2308-1996

IX(46), Issue 254, 2021 Jun.

SCIENCE AND EDUCATION A NEW DIMENSION

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46

Humanities and Social Sciences



www.seanewdim.com

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

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 Universityof West Hungary

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

Irina Malova, Doctor of Science in Pedagogy, Head of Department of methodology of teaching mathematics andinformation 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 partment 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 Włocławek, 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 Khmelnitsky 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 Khmelnitsky 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 Khmelnitsky 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 edagogical University, Uzbekistan

Roza Uteeva, Doctor of Science in Pedagogy, Head of the Department of Algebra and Geometry, Togliatti StateUniversity, 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 Philolgy of Bohdan Khmelnitsky National, University of Cherkasy, Ukraine

Tatyana Prokhorova, Doctor of Science in Pedagogy, Professor of Psychology, Department chair of pedagogics andsubject 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

Millousheva-Boykina Dobrinka Vassileva, PhD, assoc. professor at the Faculty of Mathematics and Informatics, Plovdiv University „Paisii Hilendarski"

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 andanimals, Bohdan Khmelnitsky National University of Cherkasy, Ukraine

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

Zoltán Poór, CSc in Language Pedagogy, Head of Institute of Pedagogy, Apáczai Csere János Faculty of the Universityof 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 published under Creative Commons Attribution License v4.0

THE JOURNAL IS LISTED AND INDEXED IN:

INDEX COPERNICUS: ICV 2014: 70.95; ICV 2015: 80.87; ICV 2016: 73.35; ICV 2018: 90.25; ICV 2019: 89.50

GOOGLE SCHOLAR

CROSSREF (DOI prefix:10.31174)

ULRICHS WEB GLOBAL SERIALS DIRECTORY

UNION OF INTERNATIONAL ASSOCIATIONS YEARBOOK

SCRIBD

ACADEMIA.EDU

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

CONTENT

ART HISTORY…… 7

Творча співпраця Пилипа Козицького з митцями Галичини
О. М. Німилович, Л. П. Філоненко……... 7

CULTUROLOGY…… 11

Діалог культур в музиці І. Стравінського
Є. Ю. Ареф'єва…… 11

The features of using the interactive museum expositions in modern exhibition practice
T. O. Behal……... 15

The role of patronage in popularizing the work of Stanislav Zhukovsky
A. Zadoia, I. Syzonenko……... 18

HISTORY……... 22

Вплив історичного краєзнавства на формування критичного мислення у здобувачів історичної освіти
О. Ю. Кашаба, І. В. Щербина……... 22

Наслідки «добросусідства»
В. В. Якуба…… 26

MANAGEMENT…… 31

Modeling the competencies of a top manager as part of a management team
D. S. Korolov…… 31

PHILOSOPHY…... 37

Комунікативний дискурс у становленні деліберативного суспільства
В. І. Кудлач…… 37

Місце еліти суспільства в контексті свободи особистості
В. Б. Лимар…… 40

PUBLIC ADMINISTRATION……... 45

Організаційно-правовий механізм співробітництва України з НАТО: напрацювання та недоліки
Я. О. Бень…… 45

PUBLIC RELATIONS……...

Способи та форми подолання кризових ситуацій в PR: зміна піар-стратегій під впливом COVID-19
Н. С. Ухаліна…… 51

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

SOCIAL COMMUNICATIONS…… 54

Основні тенденції розвитку української ділової журналістики у XXI ст.
В. М. Чекштуріна…….. 54

Історико-теоретичні аспекти дослідження засобів масової комунікації
Г. В. Сухаревська……... 57

Репрезентація сексуальності у гумористичних програмах на українському телебаченні
В. П. Грисюк…….…… 62

Якість та достовірність медіа-контенту як чинники перетікання аудиторії телебачення до інтернет-ресурсів
М. Ю. Наумова…….…… 65

Основні принципи методології дослідження засобів масової комунікації політичних партій в бібліотечно-інформаційній діяльності
А. Л. Потіха……..…… 71

Effective channels of communication of Ukrainian publishing houses with readers
T. Yezhyzhanska……..…… 75

SOCIAL SCIENCES……...…… 79

Colonialism, Postcolonialism, Neocolonialism: High-Time to Shift the Focus
A. K. Ivanova……..…….. 79

SOCIOLOGY……...…… 82

Роль і значення професійної мовленнєвої компетентності для фахівців соціальної роботи
Н. В. Колодій……..…… 82

Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, IX(46), I.: 254, 2021 Jun. www.seanewdim.com
The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

ART HISTORY

Творча співпраця Пилипа Козицького з митцями Галичини

О. М. Німилович, Л. П. Філоненко

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, Україна
Corresponding author. E-mail: olnim@ukr.net

Paper received 16.05.21; Accepted for publication 02.06.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-01

Анотація. У статті висвітлюється багатогранна творча постать композитора, науковця, педагога і музично-громадського діяча Пилипа Козицького (1893-1960) крізь призму його мистецької співпраці з видатними представниками творчих кіл Галичини, зокрема зі співаком Модестом Менцинським, композитором Василем Барвінським, режисером Лесем Курбасом та музикантами і педагогами Львівської консерваторії. Такі зустрічі і контакти сприяли розвитку української музичної культури і освіти, адже обмін досвідом, творчістю, організація концертів і першовиконань творів галицьких авторів у Великій Україні творили нову сторінку в історії української музики.

Ключові слова: *Пилип Козицький, Василь Барвінський, Модест Менцинський, Лесь Курбас, мистецька співпраця, гастролі, галицькі композитори і виконавці, музика до театральних вистав.*

Вступ. Ім'я Пилипа Козицького пов'язане з розвитком професійної музичної культури України. Він охопив майже усі сфери музичної діяльності: композиторську, виконавську, музикознавчу, педагогічну, організаційну, між якими існував органічний взаємозв'язок.

Син священника, випускник Київського початкового духовного училища, де познайомився з молодим, але вже відомим на той час українським композитором Кирилом Стеценком (одруженим з його двоюрідною сестрою Євгенією Франківською), який мав значний вплив на музичний розвиток Козицького. Він спонукав Козицького серйозно ставитися до народної пісні, викликав інтерес до творчості М. Лисенка, Я. Степового, О. Кошиця, пробудив цікавість до «музичної публіцистики». Випускник Київської семінарії і Київської духовної академії, Київського училища (консерваторії), де навчався композиції у Болеслава Яворського й інструментування у Рейнгольда Глієра, Козицький ще в юному віці увійшов до плеяди молодих митців, які взялися за відбудову музичного життя в Україні. На посаді інспектора музичного відділу та голови Вищого музичного комітету Козицький віддавав багато часу й організаторського хисту розгортанню музичної справи в масштабах України, в умовах більшовицького панування.

Короткий огляд публікацій по темі. Різноманітні сторони таланту П. Козицького, питання композиторської майстерності та біографічного аналізу життєвого і творчого шляху, проблеми дитячого музичного виховання, педагогічні ідеї цієї визначної особистості мають домінуюче значення у дослідженнях науковців: М. Гордійчука, В. Джуваги, Т. Некрасова, Ю. Килимник, В. Клина, Л. Пархоменко, Л. Корній, С. Сергієвського, В. Уманець, Я. Леоненко, Г. Фількевич, Т. Антропової, М. Боровика, О. Фрайт, А. Мухи, С. Горбенка, М. Ржевської та інші. Діяльність же П. Козицького в галузі співпраці з видатними представниками музичної культури Галичини фрагментарно прослідковуємо у працях В. Барвінського, Л. Курбаса, І. Гамкала, Г. Жук, виданнях, упорядкованих М. Головащенком.

Мета дослідження – полягає в окресленні творчої постаті композитора Пилипа Козицького та заповненні маловідомих сторінок життєпису митця, визначенні пріоритетів в контексті культурно-освітніх контактів з діячами Галичини у 20-40-х роках ХХ сторіччя у поєднанні із загальноукраїнськими тенденціями.

Матеріали та методи. Стаття ґрунтується на публікаціях, що висвітлюють композиторську і творчо-організаційну діяльність Пилипа Козицького з митцями Галичини. Застосовуються методи аналізу, систематизації та синтезу.

Виклад основного матеріалу. Перша світова війна, а згодом революція в Російській імперії на початку ХХ ст. принесли народам Європи багато лиха і значно пригальмувала культурний процес, діяльність багатьох оперних театрів та митців. Жорстокі бої, які відбувалися в Україні, загибель невинного цивільного населення, знищення Української Народної Республіки, більшовицька окупація України – це ті умови, в яких доводилося працювати і творити українським композиторам, зокрема і П. Козицькому. Поплатився життям за свій патріотизм і талант М. Леонтович, вбитий у 1921 році, зазнавали утисків і арештів чимало українських митців-патріотів. Провідні музиканти Галичини, незважаючи на ці обставини, намагалися підтримувати творчі зв'язки зі своїми колегами з радянської України, проте все це відбувалося під пильним оком спецслужб. Варто наголосити, що багатогранна особистість і творчість Пилипа Козицького часто розглядалася на основі досліджень, пов'язаних з радянськими штампами і розвитком масової культури на кшталт – П. Козицький вітчим юної відомої акторки Гулі Корольової, чи «бюрократ від культури».

Насамперед П. Козицький був: одним з ініціаторів заснування Комітету пам'яті М. Леонтовича, який у 1922 році, перетворено в першу в Україні творчу організацію – Товариство ім. М. Леонтовича (проіснувало до 1928 року), а 1932 в Національну спілку композиторів України; це митець, який вперше взявся за вивчення й теоретичне осмислення спадщини Леонтовича; діяч, який особливо багато зробив на посаді інспектора музичного відділу та голови Вищого музичного комітету [8, с. 141]. П. Козицький був типовим представником українського національного відродження 1920-х років, який вижив під час репресій представників цього відродження, можливо завдяки тому, що в 1935 році різко змінив і

 ©O. M. Nimylovych, L. P. Filonenko 2021

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

місце проживання, і місце роботи, адже, розлучившись з дружиною, Пилип Козицький несподівано переїхав до Києва викладати в рідній Київській консерваторії. Підтримував він тісні мистецькі зв'язки і співпрацю з видатними представниками творчих кіл Галичини.

Видатний український співак Модест Менцинський, проживаючи у Стокгольмі (Швеція), з величезним успіхом концертував у різних куточках світу і, звичайно в рідній Галичині. Як митець світового масштабу, він болісно сприймав трагічну долю України, спричинену жовтневим переворотом 1917 року. Попри все, Модест Менцинський постійно і настирно шукав нагоди приїхати в Україну, виступити в театрах Києва, Харкова, Одеси, а також провести серію сольних концертів.

У 1925 році в Харкові, тодішній столиці УРСР, розпочав свою діяльність Державний український театр опери та балету. Модест Менцинський, відразу вдався в листі до його директора: «Вичитавши в одному з тутешніх музичних часописів про утворення Української державної опери, звертаюся до Вас з цим листом. Я є перший героїчний тенор міської опери в Кельні над Рейном. Звертаюсь до Вас з пропозицією влаштувати мені низку гастрольних виступів на Україні в межах Вашого ансамблю. З доданого часописного матеріалу довідаєтеся детальніше, хто я і що за артист. Крім того, я готов на Ваше бажання подати докладні відомості про моє мистецьке життя-буття. Крім опер, співаю цілий ряд пісень українських, російських, німецьких та польських композиторів. Будьте ласкаві написати мені, як Ви принципіально дивитесь на цю справу, і негайно вияснити мені Ваші конкретні умови...» [7, с. 25-26].

На перший погляд пропозиція співака була прийнята неначе ствердно, адже директор опери, актор першого Державного драматичного театру ім. Т. Шевченка і театру «Березіль», режисер Сергій Каргальський, відповів: «Ми давно мали приємність знати Вас по відомостям преси та зі слів наших земляків, які мали нагоду Вас персонально знати або ж чути в оперних виставах. Взагалі ми тут досить добре поінформовані про мистецьке життя в Європі. Вас же бачити як гастролера в Державній опері УРСР завжди раді...» [7, с. 26].

Згодом, з наступних листів довідуємося, що були створені великі перешкоди для вирішення цього питання, владним більшовицьким структурам дуже не хотілося духовного піднесення, яке могло бути спричинене гастролями співака. Сергій Каргальський і Пилип Козицький, який на той час був директором товариства «Укрфіл» та інші культурні діячі відкрито про це не писали, «але істина прочитується між рядками їхніх листів до Менцинського: автори оминають пряму відповідь і то посилаються на фінансову скруту в театрі, то – на неприйнятність умов і вимог співака. Насправді ж ці умови були надто скромні для митця такого рівня, як Модест Менцинський» [7, с. 26].

Така епістолярна комунікація продовжувалася чотири роки, проте не увінчалася успіхом. М. Менцинський, виявляючи непоборне бажання, погодившись на умови, які були запропоновані дирекцією Харківської опери, все ж не зміг відвідати радянську Україну з концертними виступами, проте мав нагоду співати на найпрестижніших сценах світу без будь-яких перепон. Все це стало яскравим прикладом ставлення більшовицької влади до славних представників українського народу.

У 1926 році в листі до Філарета Колесси М. Менцинський з гіркотою писав: «Я кінчу сего року, з кінцем червня, свою німецьку артистичну кар'єру. Подаюся тут в Кельні на пенсію, переношуся «з дітьми і горшками» до Стокгольма, де задумую створити Школу співу з драматичним навчанням. Такі лекції давав я тут другий рік і мав навіть з-помежи своїх оперних товаришів кількох учнів. Шкода, що не можу урядити такої школи у Львові, Києві чи гдесь інше в Україні» [7, с. 370]. Залишивши оперну сцену, Модест Менцинський присвятив себе активній концертній діяльності. Проте в радянській Україні співак не гастролював. Усі перипетії спілкування з П. Козицьким прослідковуються у листах обох митців: спочатку Козицький проявляв велику цікавість до особистості співака і запрошував до Харкова, пишучи в листі від 28 серпня 1927 року: «Був би дуже вдячний, наколи б Ви не погордували заспівати на Радянській Україні, і приклав би всих зусиль, щоби в цій справі допомогти. Ласкаво прошу Вас одписати мені, як Ви розподіляєте Вашим часом на цей сезон, як Ви ставитесь до можливости приїхати на концертове турне на Україну і які будуть Ваші умови» [7, с. 346]. Проте згодом (напевно після заборони відповідних органів) відмовив у організації концертів з поясненнями, що такі заходи були б надто коштовними для «Укрфілу». До того ж П. Козицький пересилав М. Менцинському для виконання кілька своїх солоспівів, але вони так і не знайшли свого адресата.

У листі до М. Менцинського з Харкова від 16 жовтня 1928 року П. Козицький сповіщав його, що «нині на Україні концертує з великим успіхом Василь Барвінський». Власне, у той час відомий піаніст, композитор і педагог, директор Вищого музичного інституту у Львові ім. М. Лисенка Василь Барвінський гастролював у Харкові, Києві, Одесі разом з віолончелістом Богданом Бережницьким.

У Василя Барвінського і Пилипа Козицького, який допомагав організувати ці гастролі галицьких митців, склалися теплі й товариські стосунки. Ще 1927 року, перед подорожжю по містах Східної України, В. Барвінський завершив Сюїту для віолончелі і фортепіано (1927) на українські народні мотиви, яку згодом присвятив П. Козицькому [4, с. 69-70].

Восени 1928 року сповнилася давня мрія В. Барвінського – творча подорож на Східну Україну. Про таку поїздку велася розмова ще наприкінці жовтня 1927 року з П. Козицьким, котрий, повертаючись з Франкфурта-на-Майні, завітав до Львова. Уже пізніше, у серпні 1928 року, вдалося В. Барвінському разом з Б. Бережницьким підписати контракт з «Укрфілом» на шість концертів у жовтні в Києві, Одесі й Полтаві [1, с. 12-13]. Наступні три концерти відбулися у Харкові 12-14 жовтня.

У своїй праці «Враження з побуту на Україні» В. Барвінський, детально описуючи всі нюанси цієї подорожі, відтворив побут П. Козицького, змалював його родину: «Мешкання Козицького доволі віддалене від центра міста та і получення трамваєвого нема відповідного. Приміщення те для нього не вистарчаюче і за деякий час має він перенестися до власного мешкання в домі, де будуть мешкати самі літерати і музики. Таких будинків повстає тепер у Харкові більше… Переважно будують їх в стилю т. зв. «українського бароко». Дотепер панує у Харкові величезне перелюднення, так що умовини праці

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

з того приводу для переважної частини вчених чи мистців нераз доволі утяжливі.

Спершу зайшли ми до робітні композитора, де застали маленького синка Козицьких Тарасика та композитора Левка Ревуцького і Антона Рудницького. Дружина Козицького і її мати принимали нас обідом чи, радше, пиром. Надійшли опісля ще композитор Вериківський, Юрій Ткаченко, один з редакторів часопису «Музика Масам», та диригент Веллєр і так в незвичайно симпатичному товаристві та сердечній атмосфері, оживлюваній дотепами маленького, повного життя хлопчини Тарасика, затяглася наша гостина майже до вечора. В міжчасі принесено нам і перші рецензії в часописах «Вєчєрнєє Радіо» і «Комуніст», які незвичайно прихильно і тепло поставилися до нашого вчорашнього концерту» [1, с. 65]. Завдяки П. Козицькому відбулося творче спілкування галицьких музикантів з діячами української радянської культури – М. Грінченком, Г. Беклемішевим, Б. Лятошинським, М. Вериківським, П. Тичиною, які істотно зблизили митців, виявили цікавість творчістю один одного. Концерти В. Барвінського і Б. Бережницького, віолончельна музика Барвінського, яку вони виконували, сприймалися з великим успіхом і в сердечній атмосфері. Композитор згадував, що після виступу в Харкові його заворожила сердечна атмосфера зустрічей: «Промовляв спершу композитор Козицький, опісля відомий письменник Остап Вишня та головний диригент харківської опери Маргулян (в російській мові). Усі ті промови викликали у нас якісь не даючі описатися враження. Особливо ж в промовленнях Козицького та Остапа Вишні попри всю красноріччивість була якась проста, щира, позбавлена якої-небудь риторської пози, нота» [1, с. 36-37].

Про родину Козицьких у В. Барвінського залишилися найтепліші враження і описуючи прощання в Харкові перед від'їздом він писав: «… відчув я сильне зворушення, коли прийшла пора розставатися з так щирими, гарними людьми, яких пізнали ми від першої хвилі в особі Козицького та його дружини» [1, с. 89].

Проте В. Барвінський згадував і дивувався, що під час концертних програм без попередження «хтось невідомий» міг змінити час концерту чи й зовсім його відмінити, заборонити чи зняти з програми виконання тих чи інших творів.

У 1948 році В. Барвінський був засуджений до десяти років за свою творчу і патріотичну діяльність і відбував покарання у Мордовських таборах (разом з дружиною Наталією Пулюй), а його твори були спалені у подвір'ї львівської консерваторії. Повернувшись хворим і змученим засланням до Львова у 1958 році, В. Барвінський прожив до 1963 року. Весь цей час він працював над відновленням деяких своїх творів з пам'яті, живучи з хворою дружиною у страшній матеріальній скруті давав приватні уроки талановитим учням, намагався підтримувати приязні стосунки з українськими митцями, серед яких була внучка М. Лисенка – Рада Лисенко, з якою він вів активне листування. Кожного разу В. Барвінський надсилав їй невеличкі кошти для того, щоб Рада Остапівна могла купити квіти і покласти їх на могили його друзів у Києві, серед яких був і П. Козицький. У листі від 17 вересня 1060 року він писав: «Дорога Радо Остапівно! Вашого цінного і так багатого у ріжні відомості для мене листа… Я був глибоко і дуже боляче вражений несподіваною звісткою про смерть П. О. Козицького. Дружині Зої Михайлівні я вислав негайно телеграму. Та мені хотілось би ще покласти хоча й невеличку китичку живих квітів на його могилу [2, с. 188].

Варто зазначити, що П. Козицький у 1950-х роках неодноразово був головою Державної екзаменаційної комісії у Львівській консерваторії ім. М. Лисенка. Він підтримував творчі і дружні стосунки з С. Людкевичем, А. Кос-Анатольським. Часто приїжджав і на концерти, які відбувались у Львові. Серед таких заходів було відзначення ювілею С. Людкевича 21-22 березня 1960 року. Як згадує народний артист України, диригент І. Гамкало: «В перший день була офіційна частина та концерт з творів ювіляра. З Києва приїхав П. Козицький, який в честь ювіляра написав кант, і А. Штогаренко, присвятив ювіляру баладу для скрипки. Ці твори виконувались на сцені. В концерті виконувались також фортепіанне тріо, фортепіанний концерт (К. Донченко, диригент М. Лобанов), скрипкові мініатюри (Л. Деркач), солоспіви (П. Кармалюк і Т. Дідик) [3].

У 1920-30-х рр. в Харкові працював диригент, композитор Антін Рудницький, під орудою якого у 1928 році вперше прозвучала оркестрова сюїта «Козак Голота» П. Козицького, а також співаки Марія Сокіл (дружина А. Рудницького), Михайло Голинський та ін., з якими в П. Козицького також зав'язались професійні й приятельські стосунки.

У творчих поглядах, переконаннях і світосприйнятті Леся Курбаса (1887-1937), уродженця міста Самбір на Львівщині, видатного режисера, керівника театру «Березіль», музика була вагомою підмогою у багатьох його відважних мистецьких спробах: це стосується і простих вправ з ритмом, і високохудожніх музично-драматичних видовищ. Як зазначають дослідниці Я. Леоненко і Г. Фількевич, дослідження стану музичної канви в театрі Курбаса ускладнювалося відсутністю нотного архіву, адже довгі роки вважалося, що він пропав у роки Другої Світової війни [6, 325]. Проте в архівах українських композиторів вдалося розшукати нотні матеріали, які розкривають музичне підґрунтя вистав театру, що і дозволило розкрити маловідомі сторінки співпраці з театром Курбаса композиторів Михайла Вериківського, Пилипа Козицького, Юлія Мейтуса та ін.

Співпраця Леся Курбаса з Пилипом Козицьким розпочалася в час появи «Березоля» у Харкові й до того ж композитор робив перші спроби в театральному жанрі. На життєвому шляху митці зустрічалися доволі часто. Насамперед як представники «малого братства», яке поєднувало українську творчу молодь для творчої співпраці та виховання нових фахівців у різних мистецьких напрямах, які б у майбутньому могли стати на чолі різноманітних художніх організацій. До «братства» належали дев'ять відомих постатей, серед яких Г. Нарбут, П. Тичина, М. Зеров, О. Курбас, П. Козицький. У присвяченому своєму вчителеві Б. Яворському фортепіанному циклі «Сім прелюдій», який П. Козицький написав у 1923 році, композитор створив портрети-посвяти своїм друзям з «малого братства», а шоста прелюдія саме присвячена Лесеві Курбасу.

Творча реалізація Курбаса і Козицького знайшла свій вияв у другій половині 1920-х – початку 1930-х рр. [6, с. 335]. Багато працюючи на адміністративних посадах, П. Козицький захоплений театральним жанром все ж часто

звертався до театральної музики, написав і опублікував статтю про стан музичної справи в «Березолі» [5]. У фондах П. Козицького в Інституті мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Рильського (ІМФЕ) та О. Дзбанівського в Національній бібліотеці України ім. В. І. Вернадського вдалося віднайти невідомі нотні матеріали, а саме його авторські ескізи до вистав «Березоля», які висвітлюють панораму театральної музики Козицького 1920-1930-х рр. «У «Березолі» П. Козицький дебютував у виставі «Седі» (інсценізація Д. Колтона оповідання С. Моема «Злива», режисер В. Інкіжинов); це був взагалі перший музичний опус композитора для драматичного театру… Наступні театральні роботи П. Козицького – «Сава Чалий» за твором І. Карпенка-Карого і «Король бавиться» за В. Гюго» [6, с. 335; 337].

Згодом П. Козицький продовжив творчу співпрацю з молодими режисерами, які були вихованцями Леся Курбаса, а саме: В. Васильком – вистава «Диктатура», Ф. Лопатинським – спектакль «Козак Голота», до того ж композитор на основі музики до вистави створив однойменну симфонічну сюїту.

Висновки. Як митець, П. Козицький підтримував тісні зв'язки з композиторами і виконавцями з Галичини, організовував їхні концерти, влаштовував першовиконання творів, популяризував їхню творчість в Україні, як із співаком М. Менцинським, композитором В. Барвінським, актором і режисером Л. Курбасом. Творчі стосунки П. Козицького з митцями Львова тривали від 1926 року до самої його смерті у 1960 році й сприяли розвитку української музичної культури і освіти, адже обмін досвідом, творчістю, організація концертів, підтримка в удосконаленні музичного виховання творили нову сторінку в історії української музики.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барвінський В. Враження з побуту на Україні. *Барвінський В. З музично-письменницької спадщини. Дослідження, публіцистика, листи* / Упор. В. Грабовський. Дрогобич: Коло, 2004. С. 10-103.
2. Барвінський В. Лист до Ради Остапівни Лисенко від 17 жовтня 1960 року. *Барвінський В. З музично-письменницької спадщини. Дослідження, публіцистика, листи* / Упор. В. Грабовський. Дрогобич: Коло, 2004. С. 187-189.
3. Гамкало І. Мої спогади про Станіслава Людкевича. URL: http://mari.kiev.ua/PDF_2011/Hud-Kultura_7-2010/347-359.pdf
4. Жук Г. Віолончельний концерт. *Василь Барвінський у дослідженнях та матеріалах* / Ред.-упор. В. Грабовський. Дрогобич: Посвіт, 2008. С. 69-70.
5. Козицький П. Музика в «Березолі». *ІМФЕ*. Фонд 42, од. зб. 16, С. 22.
6. Леоненко Я., Фількевич Г. Музичний простір вистав театру Леся Курбаса. *Нариси з історії театрального мистецтва України XX століття* / Інститут проблем сучасного мистецтва Академії мистецтв України; Редкол.: В. Сидоренко (голова) та ін. К.: Інтертехнологія, 2006. С. 325-334.
7. Модест Менцинський: Спогади. Матеріали. Листування / Автор-упор. М. Головащенко. К.: Рада, 1995. 462 с.
8. Муха А. Композитори України та української діаспори: довідник. К.: Музична Україна, 2004. С. 141.

REFERENCES

1. Barvinsky V. Impressions of life in Ukraine. *Barvinsky V. From the musical and literary heritage. Research, journalism, letters* / Edited: V. Grabovsky. Drohobych: Kolo, 2004. p. 10-103. [in Ukrainian].
2. Barvinsky V. Letter to the Rada Ostapivna Lysenko dated October 17, 1960. *Barvinsky V. From the musical and literary heritage. Research, journalism, letters* / Edited: V. Grabovsky. Drohobych: Kolo, 2004. p. 187-189. [in Ukrainian].
3. Hamkalo I. My memories of Stanislav Lyudkevych. URL: http://mari.kiev.ua/PDF_2011/Hud-Kultura_7-2010/347-359.pdf [in Ukrainian].
4. Zhuk G. Cello concerto. *Vasyl Barvinsky in research and materials* / Edited: V. Grabovsky. Drohobych: Posvit, 2008. p. 69-70. [in Ukrainian].
5. Kozytsky P. Music in «Berezol». *Institute of Art History, Folklore and Ethnology*. Fund 42, units zb. 16. p. 22. [in Ukrainian].
6. Leonenko J., Filkevych G. The musical space of the performances of the Les Kurbas Theater. *Essays on the history of theatrical art of Ukraine of the twentieth century* / Institute of Contemporary Art of the Academy of Arts of Ukraine; Editor: V. Sidorenko (chairman) and others. K .: Intertechnology, 2006. p. 325-334. [in Ukrainian].
7. Modest Mentsinsky: Memories. Materials. Correspondence / Author-emphasis. M. Golovashchenko. Kyiv: Rada, 1995. 462 p. [in Ukrainian].
8. Mukha A. Composers of Ukraine and the Ukrainian diaspora: handbook. Kyiv: Musical Ukraine, 2004. p. 141. [in Ukrainian].

Pylyp Kozytskyi's creative collaboration with Galician artists

O. M. Nimylovych, L. P. Filonenko

Abstract. The article deals with the many-sided creative personality of a composer, scientist, teacher and music and public figure Pylyp Kozytskyi (1893-1960) through the prism of his artistic collaboration with prominent representatives of artists from Galicia, especially a singer Modest Mentsynskyi, a composer Vasyl Barvinskyi, a director Les Kurbas and teachers and pedagogues of the Lviv Conservatory. Such meetings and contacts contributed to the development of Ukrainian musical culture and education, because the exchange of experience, creativity, organization of concerts and first performances of works by Galician authors in Great Ukraine created a new page in the history of Ukrainian music.

Keywords: *Pylyp Kozytskyi, Vasyl Barvinskyi, Modest Mentsynskyi, Les Kurbas, artistic collaboration, tours, Galician composers and performers, music for theatrical performances.*

Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, IX(46), I.: 254, 2021 Jun. www.seanewdim.com
The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

CULTUROLOGY

Діалог культур в музиці І. Стравінського

Є. Ю. Ареф'єва

Національна музична академія України імені П.І. Чайковського м. Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: liza.arefieva @ukr.net

Paper received 12.03.21; Accepted for publication 02.04.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-02

Анотація. Наголошено на актуальності визначення феномена діалогу культур в музиці І. Стравінського. І. Стравінський був філософ в музиці, мав свою поетику, естетику, своє визначення феноменології музики, що розгорталась в досить складних реаліях і адекваціях, які визначалися в просторі ХХ століття. Діалог культур можна визначити в його вісьовому визначені як вертикаль, що в художньому творі актуалізує різні культурні контексти, примушує їх звучати в унісон. Алюзії, полістилістика, навіть еклектика – це ознаки діалогу культур як іманентної реальності культурної взаємодії у творчості І. Стравінського.

Ключові слова: *культура, естетика, поетика, діалог культур, полістилістика, феноменологія музики.*

Постановка проблеми. У Стравінського важливо побачити місіонерський контекст діалогу культур. І у Франції, і в Америці він був „князем Ігорем", носієм російської, а також української культури. Найголовніше, що іманентний діалог культур в творі не є можливим без розсіювання – впевнення дивом музики. У біблійній притчи про сіяча говориться, що не всім семенам щастить: інші потрапили на невдалий грунт, інші склівали птахи, інші уніс вітер, лише небатьом вдається дати плоди. У Стравінського, навпаки, все запліднено його волею до життя. Його життєвий світ жив чудесним як музичним феноменом. Джерелом такої вдачи слід вважати глибоку релігійність композитора. Власне цей аспект для Стравінського є найважливішим. Він наче завжди очикував дива, інколи не бажаючи того. Диво з'являлося "примусово", як дар одивнення музичного образу, дар його надзвичайної експресії, хореїчності. Діалог та розсіювання в музиці І. Стравінського поєднани жертовністю. Жертовність буття як один із важливих мотивів творчості можна визначити архітеповим признаком compositio. Але, якщо вдуматися в саму дилему життя і смерті, спитати, що таке жертовність, то можна зазначити, що вона є більшою, ніж життєвість, ніж буттєвість, ніж взагалі культурність і все те, що може стверджувати людина. На якомусь етапі людина все кидає. Так, людина освітчена, всіма улюблена, яка має всі можливості бути, стає жертвою. В музиці Стравінського ми відчуваємо, що в давньому епосі, в язичницькому просторі розігруються далеко не язичницькі, а християнські проблеми предвічної жертви.

Огляд останніх досліджень і публікацій. Д. Пітерс, порівнюючи феномен діалогу і розсіювання, визначає носіїв цих двох парадигм культуротворення. Стравінський всі тривоги та турботи комунікації в музиці усував у передусталену гармонію, антропологічну цілісність музичного феномена [7].

Ми намагаємося визначити категорію «життєвий світ» як розсіювання не в тому контексті, як його розумів Едмунд Гуссерль [3]. Життєвий світ у Стравінського більший, ширший, він є саме композиційний. Сутність інтерпретації дива музики як системотворчого чинника діалогу культур полягає в іншому, що феноменологія, як спосіб бачення, спосіб конституювання світу, спосіб презентації світу у музичному феномені в тій чи іншій мірі тяжіє до таких універсалей, як людина, світ, простір, буття та ін. Тобто феноменологія завжди є філософією, але філософією в обмеженому регістрі, наближеному до того простору, який сам Гуссерль визначав як принцип „назад до речей" [3]. М. Гайдеггер називав цей феномен „підручністю", тобто наближеністю світу до людини [12]. Пізніше Шютц, один із філософів феноменологічної школи намагався визначити культуру повсякдення як простір самоздійснення культури людині в артефактах буття „тут і зараз, сьогодні", і ніколи – не завтра, не післязавтра [12]. „Сьогодні" продовжується, воно фіксується музичним виконавством як дивом ототожнення продуцента і реципієнта у грі.

Це продовження, помноження „сьогодні" на багатовекторну часовість музичного буття, не вкладується ні в яку філософську, культурологічну матрицю. Йдеться про те, що Стравінський намагався побачити світ, який ми обговорюємо, (саме життєвий світ) не як спосіб перебування, ту даність, в якій існує людина, а як універсальність музичного феномена, імпліцитну даність діалогу-розсіювання, який можна визначити, виходячи за рамки поетики Стравінського, як «світ ноуменів», «світ феноменів», «світ речей в собі», за Кантом [6].

Що ж є «світ ноуменів», за Стравінським? Це, безперечно, його імперативи школи Римського-Корсакова, „догма" віри в передусталену гармонію музики. Коли б ми не почули його твори, ми чуємо завжди життєстверджуючий, радісний мотив надбуття, хоча він говорить про смерть у «Весні священній», «Петрушці», «Царі Едипі». Ми бачимо світ феноменів, мінливий, текучий світ тих дзеркал, про які вже йшлося, що складають його творчість, без якої він взагалі не може існувати. Стравінський занурюється у дзеркала свого життєвого свиту і любується їми, навіть втрачає себе в них.

Музична поетика свідчить, що він втрачає себе в цих мінливих, текучих артефактах дзеркального надбуття, але це не весь Стравінський. Там ще існує не абияка реальність, яку ніхто не помічає. Її помітив в

 ©|*E. Yu. Arefieva 2021*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

свій час Кант, її усунув Гегель, її забула взагалі вся німецька класична філософія, взагалі весь романтизм, всі забули. Згадав лише Стравінський, але згадав не зненацька, згадав як філософ-художник, як композитор, який сказав, що є таїна життя, яку не можна вичерпати ані смертю, ані любов'ю, надією, взагалі будь-яким поштовхам життєвих зрушень [11]. Ця таїна є «річ в собі», за Кантом. Вона має право на існування, існує вона і в композиції. Може існувати в цезурах, паузах, умовчанні як відсутня, незвучна музика. Може існувати як перехід меж тембральними діапазонами. Стравінський визначає її як „мелодію", щось проміжне між поліфонією та моноді.є. Головне, що це реальність між світами. Так, коли ми дивимося та чуємо звуки «Весни священної», то ми дивуємося, наскільки задіяний величезний оркестр, наскільки багато тут дії інструментів, і водночас живе один танок, одної жінки, одної дівчини, приреченої на смерть.

З сучасних дослідників творчості І. Стравінського слід відмітити роботи С.Савенко [9], І. Вершиніної [2], М. Друскіна [4], В. Задерецького [5].

Мета статті – визначити культурологічні виміри проблеми діалогу в музиці І. Стравінського.

Методологію дослідження дослідження становлять теоретико-інтерпретаційні моделі аналізу механізмів культуротворення в контексті системного та компаративного підходів.

Виклад проблеми. Проблеми сучасного простору музичного твору у І. Стравінського вирішувалися в контексті культурно-історичної антропології музичного феномена, про що він пише у „Музичній поетиці" [11]. Що є любов, якщо завтра мене не буде? Що є світ, якщо завтра мене не буде? Що є небо, якщо завтра мене не буде? І що є „Я", якщо вони всі разом будуть існувати без мене? Стравінський відповідає геніально. Він як філософ, той, хто артикулює, граматично абсолютно поетично свою міфологему, здійснює чудовий Gesamtkunstwerk у звучній матерії, яка стає поліфонічною, пластичною, більше того, кольоровою, перенасиченою всіма здібностями і якостями світу.

Що ж таке музика? Чи вона є наявним, постнаявним, донаявним, або переднаявним феноменом? Всі ці питання і потребують визначення в феноменологічних ознаках той конфігурації, яку ми намагаємося охарактеризувати в каденціях феноменології музики як ноумен, феномен, речі в собі, як діалог, диво. Якби все це не здавалося дивним, якби це не здавалося архетиповим і примітивно аскетичним формалізмом рефлексії, за всім стоїть стоїть одна і та сама конфігурація, яку Стравінський досить жорстко довів – це імператив волі, волі до життя, яка достулюється як догмат віри. І хоча воля до життя маркується в протилежних ознаках як воля до смерті: вмирає „Петрушка", вмирає дівчина у „Весні священній", вмирає цар Едіп, який не знав, скільки йому прийдеться винести за своє життя страждань і скільки він провів неправедних днів в цьому праведному, геніально влаштованому світі універсумі.

Стравінський в певні мірі поводить себе як елін, виходить за межі християнського універсуму, показує, що багато богів, і „Я" митця один із тих богів, який доводить вам, що я можу так – і він може (мотив О. Скрябіна), і він справді доводить, але не слідує цьому шляху. Його спосіб засівання інший, шрістиянський. І в «Петрушці», і у «Весні священній», і в «Царі Едіпі» жертва християнізована. Це предвічна жертва Христова, побачена в оптикумімі діалогу культур. Ми не дарма взяли ці три речі – іде мова про смерть, смерть в Парижі де вмирає дружина, донька. І він згорблений, принижений, зібраний в кулак вимушений жити, встає з колін і диктує усі ці нещасні нотатки, які навіть важко назвати філософемами, але вони є максимами буття. Буття філософа, художника, які не реалізовані у авторському філософському, або поетичному тексті, але реалізовані сповна в його музичних текстах. Діалог життя і смерті – це архетип всіх культур, що не потребує розсіювання.

Багато разів запитують: «Ну чому він не сам писав?» І Р. Крафт там чимось займався і щось там таке понадописував. Знадяться опоненти, говорять, що він багато сил докладав для того, щоб виправляти партитури, які вимагали багато часу. Це так. Якщо взяти партитуру «Весни священної», то це неперевершений ансамбль, величезна кількість інструментів і величезна робота саме з нотними знаками, взагалі з модальністю нотної презентації музики, яка не звучить в тексті, але звучить поза нотним текстом. Якою вона є ця незвучна музика? Як можливість буття. Оця можливість бути у його житті існувала поруч, паралельно зі всіма іншими, наявними світами, як би він себе не вів, дирегував, щоб він не робив – він існував у найважливішуму світі музичного буття.

І тому в останньому звернення в передсмертних творах до єврейських автентичних текстів є стільки алюзій. І взагалі розмова про неокласику є неадекватно. Стильові рамки тут мало що говорять. Перед нами людина-філософ, людина мудра, але ця мудрість експліцитно не визначається вербально, визначається лише музично. І ми вимушені спроектувати музичний інтровертний імпульс у вербальні конфігурацію його буття. Чи можливо це зробити? І можливо, і не можливо. Але в цьому і є цікава проблема, в цьому і є цікаве завдання, в цьому є принцип «бути», бачити інтерпретацію творів «Стравінського» як «всебуття» проекту poesis.

Він говорив з людьми іншою мовою, але говорив в музиці мовою богів. Він був богом в музиці і плебеєм в вербальну дискурсі. Як би це не звучало кощунственно, але це так і є. Як поєднати цю рабську і, будемо казати, сакральну, ідеальну натури? Ніяк. Можна говорити про музичне мислення, можна говорити про мислення людини, яка здійснює спогади, але це зовсім інше. Це інший жанр, інші сповідальні реальності, інші конфігурації, інший простір.

Нам залишається лише сказати, що Стравінський був містагогом музичного феномена. Більше того, своєрідним містифікатором власної творчості, де він обманював себе двічі. Входячи у ворота вербального раю, він був музикантом, а входячи у ворота раю музичного, він був жорстким вербальним диктатором а' ля Римський-Корсаков. Це цікавий обертон, який говорить про ідею простої і ясної схеми амбівалентності вербального і невербального дискурсу у музичному вимірі творчості. Але ж ми відчуваємо, що все це не так, що все це брехня. На якомусь рівні ми бачимо,

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

що все пливе, що всі його слова перетворюються в марево якоїсь музичної, надзвичайно гнітючої матерії, де він просто плаче, як дитина, стає лялькою, і всі його персонажі стають ляльковими, і весь його світ стає ляльковим театром, за Платоном, де якісь боги сіпають за нитки пристратів персонажів – „Петрушки", „Солдата", „Лиса" тощо. Вони (персонажі) не можуть вибратись з цих обставин, і лише одна свобода „догмату" Гри дає можливість грати. Він грає. Він хороший гравець. Таких гравців не було і не буде.

Творчисть Стравінського більше проект, ніж наявна реальність звучної матерії. Те, що звучить, якост швидко стихає, замовкає навіки. Здійсненна і нездійсненна гармонія – особливий модус музичного буття. Останній модус – гармонія, що не буде здійсненою ніколи. У Стравінського ця іпостась гармонії існувала як своєрідний імпліцитний інструментарій, або породжуюча модель. Проектна можливість задавалась культурою, алюзіями, широкими відсилками, а сама здійсненність гармонії відчувалась в тому, як він щиро цим користується. Потім виникає ситуація постфактум, коли вже нічого не залишається від звучної матерії, залишається лише амнезіс, спогади. А потім ще після цього, ще і ще раз – ми згадуємо, що є ще одна іпостась музики – постнездійсненна гармонія, якої ніколи не може бути. Про це ніхто не говорить. Всі про лише говорять, як музика може бути, як вона звучить, як вона відбувається.

У Стравінського найголовнішим є цей останній рефрен – постнездійсненна гармонія, коли музики взагалі не муже бути. Він настільки знав цю глибину, він настільки вчувався в цей простір, що він його втілював в кожен шматок буття своєї музичної артикуляції. Небуття взривалося, розривалася як світ тотальної жертви. Так, якщо згадати «Весну священну», то вона нагадує артилерійську конанаду, нагадує війну, нагадує якісь безкінечні вибухи. Відбувається втілення в буття небуття, втілення в нездійснену гармонію ніколи нездійсненного, неможливого співіснування людського світу. Вмирає дівчина. Ну і що? Скільки їх вмирає. Але не ця проблема цікавить Стравінського. Його цікавить зовсім інша проблема – в смерть вкидається іншої смерті, яка більше, ніж смерть всіх людей. Яка свідчить про те, що є краса смерті взагалі, яка є тою смертною красою, без якої життя не може існувати.

Коли ми дивимось на останні вистави «Царя Едіпа» – особливо це блискуча вистава в японському виконанні, де гротескно обігруються мотиви єгипетських костюмів і абсолютно автентично вживається латинська мова поруч з японською екстремальною іконографією Небуття, то у цьому синтезі, діалогі культур (давньогрецької, давньоєгипетської, японської, російськрї), у всіх просторових імплікаціях сценізму життя, смерті, сліпоти і самогубства ми відчуваємо, що ми водночас стаємо, і японцями і давніми греками. За всім цим (проблемою сценічної ідентичності) стоїть одна проблема – це проблема долі. Лосев писав, що у Платона весь світ є ляльковий театр, всі люди є ляльки, а боги лише сіпають за нитки-пристрасті, а людина нічого не може зробити. І навіть сам Зевс, якщо якийсь Купідон вистрелить йому в серце, вимушений полюбити саме цю дівчину. Так, всі є раби? Ні. Людина вільною, коли грає. Гра дає їй можливість бути людиною. Це вражає. Це дає їй можливість відчути, що саме Ігор Стравінський як гравець нагадує дитину, яка не награлася в своєму житті.

Отже, сутність полягає в тому, що життєвий світ у феноменологічному розумінні є життя як цілісність всього буття, буття завданих зовні конструкцій, ноуменів, взагалі всього того, що в середньовіччі визначали як номенальний світ, тобто світ, визначений іменем, свіь номенальний. О.Лосев це чітко охарактеризував, він стверджує, що ім'я рухає народами. Але за цим постає ще більший світ, світ ноуменальний в тому розумінні, що нус, розум рухає не лише народами, але й світами. Всі світи мусять бути підкорені нусу. Всі світи космогоній Стравінського підкорені нусу, у Римського-Корсакова також, це однозначно. І ми не можемо сказати нічого іншого, що ноуменальний рівень музики – це рівень Римського-Корсакова, а феноменальний рівень, рівень дзеркал, захоплень, інтерпретацій – світ Стравінського, який створює образ якоїсь дивної неповноти, яка потребує вдосконалення. Гармонія тут лише можлива, лише бажана, а всі твори – шлях до неї.

Якщо ми задамо питання: чи знайшов свій образ гармонії Стравінський? То можна сказати відверто, що знайшов. Він здійснив демаркацію абсолютно чітко. Лінія ноуменів, що структурує музичну матерію, за Римським-Корсаковим, – це і є та матеріальна абстракція, той матеріальний субстрат, який зазначає ідеальний феномен плинної матерії музики в інструментарії poesis. Дебюсі та всі французькі імпресіонізм раптом відчули, що з'явився цар Ігор, що він створив свій величезний світ. Але Стравінський сам не писав, доручав цю брудну роботу іншим. Плювати на догми Римського-Корсакова (хоча він так не говорив), на всі ваші імпресіоністичні витребеньки – є таїна буття, є щось невисказуване, глибинне, як Петрушка, який змінюється в руках, який вмирає в кожну мить, як та дівчина в «Весні священній», яка досі стоїть перед очима як вибух, взірець якогось нещасного всебуття, як цар Едіп, який вже наготовився виняти собі очі. Що це за таїна? – запитує Стравінський? Він не відповідає. Можемо сховатися за абстракцією Канта – це річ в собі, це те, що не можна пояснити. Адже ми починаємо говорити мовою тіньових авторів, Стравінський так би не сказав. Він би просто промовчав. Стравінський не лише говорив, адже і мовчав. Отже культура в цілому є не лише говоріння, али і мовчання. Дар мовчання, ісихастського спокою та тиші – особливий дар. Скредній термін між ідеальним та матеріальним – це дар мовчання, вічного спокою, супрематизма, за К.Малевичем.

І. Стравінський пише: «Ми живемо в той час, коли умови людського існування мають глибокі потрясіння. Сучасна людина поступово втрачає уявлення про цінності і почуття речей. Ця втрата основних понять дуже серйозна. Вона безумовно веде нас до порушення фундаментальних законів людської рівноваги. В області музики це веде до наступного: з одного боку – намагається відволікати дух від того, що я назвав би вищою музичною тематикою, нізвести музику до рабського стану, поляризувати її, примушуючи задовольняти вимоги примітивного утиталітаризму. З іншого

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

боку, оскільки дух сам по собі є хворим, музика нашого часу, особливо музика, що має іменує себе чистою, несе в собі ознаки патологічних вад і розповсюджує сім'я нового гріховного пізнання; старий первородний гріх є переважно гріх пізнання, новий первородний гріх, якщо можна так казати, є перед усім гріхом невідання – невизнання істини і всіх тих законів, що витикають з неї, котрі ми звемо фундаментальними" [11, с.192]. Тут в досить адекватній формі визначається проблема стану музичного пошуку. Він так і не змінився з того часу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бычков В. В. Эстетика. Москва : Гардарика, 2002. 556 с.
2. Вершинина И.Я. Ранние балеты Стравинского. Москва: Наука, 1967. 222 с.
3. Гуссерль Э. Идеи к чистой феноменологии и феноменологипческой философии / пер. с нем. А.В. Михайлова. Москва. : ДИК, 1999. Т. 1 : Общее введение в чистую феноменологию. 335 с.
4. Друскин М. Игорь Стравинский. Личность, творчество, взгляды. Исследование. 2-е изд. Ленинград : Советский композитор, 1979. 232 с.
5. Задерацкий В. Полифоническое мышление И. Стравинского. Исследование. 2-е изд. Москва : Композитор, 2007. 278 с.
6. Кант И. Критика чистого разума. Санкт-Петербург : Тайм-Аут, 1993. 303 с.
7. Пітерс Дж. Д. Слова на вітрі : історія ідей комунікації / пер с. англ. А. Іщенка. Київ : Вид. дім «КМ Академія», 2004. 302 с.
8. Ролан-Манюель. Поэтика Стравинского // Стравинский И. Хроника. Поэтика. Москва; Санкт-Петербург : Центр гуманитарных инициатив, 2012. С. 310 –311.
9. Савенко С. Мир Стравинского. Москва : Издательский дом „Композитор", 2001. 328 с.
10. Стравинский И.Ф. Диалоги. Ленинград : Музыка, 1971. 414 с.
11. Стравинский И. Хроника. Поэтика. Москва; Санкт-Петербург : Центр гуманитарных инициатив, 2012. 368 с.
12. Хайдеттер М. Время и бытие. Москва : Республика, 1993. 448 с.
13. Шютц А. Структуры повседневного мышления. Москва : Социс. 1988. № 2. С. 129 – 137.

REFERENCE

1. Bychkov V. V. Estetika. Moskva : Gardarika, 2002. 556 s.
2. Vershinina I.YA. Ranniye balety Stravinskogo. Moskva: Nauka, 1967. 222 s.
3. Gusserl' E. Idei k chistoy fenomenologii i fenomenologipcheskoy filosofii / per. s nem. A.V. Mikhaylova. Moskva. : DIK, 1999. T. 1 : Obshcheye vvedeniye v chistuyu fenomenologiyu. 335 s.
4. Druskin M. Igor' Stravinskiy. Lichnost', tvorchestvo, vzglyady. Issledovaniye. 2-ye izd. Leningrad : Sovetskiy kompozitor, 1979. 232 s.
5. Zaderatskiy V. Polifonicheskoye myshleniye I. Stravinskogo. Issledovaniye. 2-ye izd. Moskva : Kompozitor, 2007. 278 s.
6. Kant I. Kritika chistogo razuma. Sankt-Peterburg : Taym-Aut, 1993. 303 s.
7. Píters Dzh. D. Slova na vítrí : ístoríya ídey komunikatsíĭ / per s. angl. A. Íshchenka. Kiĭv : Vid. dím «KM Akademíya», 2004. 302 s.
8. Rolan-Manyuyel'. Poetika Stravinskogo // Stravinskiy I. Khronika. Poetika. Moskva; Sankt-Peterburg : Tsentr gumanitarnykh initsiativ, 2012. S. 310 –311.
9. Savenko S. Mir Stravinskogo. Moskva : Izdatel'skiy dom „Kompozitor", 2001. 328 s.
10. Stravinskiy I.F. Dialogi. Leningrad : Muzyka, 1971. 414 s.
11. Stravinskiy I. Khronika. Poetika. Moskva; Sankt-Peterburg : Tsentr gumanitarnykh initsiativ, 2012. 368 s.
12. Khaydetter M. Vremya i bytiye. Moskva : Respublika, 1993. 448 s.
13. Shyutts A. Struktury povsednevnogo myshleniya. Moskva : Sotsis. 1988. № 2. S. 129 – 137.

Dialogue of cultures in the music of I. Stravinsky

E. Yu. Arefieva

The relevance of the definition of the phenomenon of dialogue of cultures in Stravinsky's music is noted. I. Stravinsky was a philosopher in music, had his own poetics, aesthetics, his own definition of the phenomenology of music, which developed in the rather complex realities and adequations of the cultural space of the twentieth century. The dialogue of cultures can be defined as a vertical, different cultural contexts are actualized in a work of art, which makes them sound in unison. Allusions, polystylistics, even eclecticism are signs of the dialogue of cultures as an immanent reality of cultural interaction in the work of I. Stravinsky.

Keywords: *culture, aesthetics, poetics, dialogue of cultures, polystylistics, phenomenology of music.*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

The features of using the interactive museum expositions in modern exhibition practice

T. O. Behal

Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine
Corresponding author. Email: tetiana.berezniuk@gmail.com

Paper received 09.04.21; Accepted for publication 27.04.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-03

Abstract. The article analyzes the characteristic features of the interactive museum exposition as an integral part of the museum space. The main factors influencing the development and improvement of the modern museum exposition in general are substantiated. Based on the analysis of exposition solutions of European museums, the main models of multimedia technologies that can be used in the design of interactive museum expositions are proposed.

Keywords: *museum exposition, interactive museum exposition, multimedia technologies, interactive exhibits.*

Introduction. The modern museum ceases to be a common place for storing objects, their display, research and storage. Its role and significance is greatly expanded. Today, the museum is becoming a kind of communication platform, which is a specific process of communication - a visitor with a guide, a visitor with exhibits, visitors to each other. In our opinion, in order to ensure the highest quality communication process, the museum, in addition to traditional means - excursions, lectures, seminars, videos - should use modern communication channels. One of the types of such communication channels is interactive museum expositions. The introduction of multimedia and interactive technologies in the museum space is a topic that is gaining popularity and, like any developing museum practice, has a number of debatable issues. This is the relevance of this study.

A brief overview of publications on the topic. Scientists A. Vinogradov [4], O. Vaneeva [2], A. Chala [7], N. Akoeva [1], L. Vasilieva [3] and others carried out thorough research of interactive museum expositions and multimedia technologies in the exposition space of the museum. A. Vinogradov explores the interactive approach in the formation of a modern exhibition. The researcher actualizes the topic of interactive expositions by considering the activities of specific schools, studios, architects and designers, but does not consider the issue of interactivity in the classical museum in detail. N. Akoeva considers interactive methods of working with the museum exposition in her article. O. Vaneeva focuses on the integrated use of interactive technologies within the museum space. Both L. Vasilieva and A. Chala study the interactivity of the exhibition environment as a trend of modern culture. However, there is still a lack of research that would reveal the essential features of interactive museum exhibits and the peculiarities of their application in modern exhibition practice.

Objective. The purpose of the publication is to analyze and substantiate the features of the use of interactive museum exhibits in modern exhibition practice and to determine the priority areas of the development of the exhibition environment as a whole. The source base of the study is online museums, websites, and virtual exhibitions of the world's leading museums.

Materials and methods. The method of analysis and synthesis was used during the study. On the example of the analysis of interactive exposition decisions of the European museums the innovative methods of construction of a museum exposition were developed and offered. The method of synthesis allowed to consider the interactive museum exposition in its entirety, in a single connection of its parts and to substantiate its significance and role in the modern cultural space in general.

Results and discussion. Today in the conditions of the active development of world communication processes the need to present heritage at the national and world levels comes to the fore. Exposition and exhibition activities are one of the most dynamic tools for the presentation of cultural achievements not only in the museum sphere. For example, the most popular economic trend today is the holding of various exhibitions and fairs, which are designed to promote the exhibits, a certain idea, and scientific, technical and technological renewal. A museum exhibition is a museum exposition that is created for a short time. It allows museums to acquaint visitors with the available collections of historical and cultural monuments, as well as to display objects from other (including foreign) museums and private collections. Museum exhibition is a complex that requires time, energy and professionalism of many people. Effective planning, resource management, research and interpretation, collection preservation, marketing, merchandising, design, public programs, publications and fundraising contribute to the museum's mission. An exhibition is successful when it intellectually and emotionally engages its visitors. Creation and design of museum expositions, both permanent and temporary (exhibition) is a complex and multi-stage process. Often the design of the exhibition brings together specialists of different profiles - museologists, architects, artists, designers, psychologists, consultants on specific issues. This allows creating a quality new product, making the exhibition understandable, interesting and accessible to all types of museum audiences.

However, today, thanks to the use of multimedia technologies, smartphones and personal computers, it is not necessary to visit art exhibitions, auctions, art fairs, etc. Works of art can be viewed using the world's international Internet portals (EUROPEANA, Smart history), online museums and more. They allow viewing the collections and cultural heritage of all museums around the world. Therefore, considering the traditional museum exposition, the modern visitor, in our opinion, often has to face the problem of "information loneliness" in the museum. If a

 ©|*T. O. Behal 2021*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

visitor does not receive information that interests him immediately, he later forgets about it and thus receives a low-quality museum product or museum service. However, people come to the museum not only for information, but also for authenticity and atmosphere. In addition to creating "immersion zones", we should not forget about such an important means of conveying information as audio installations of three-dimensional museum objects. These are not only the usual audio guides, but also stationary audio headphones next to a shop window or an object, thanks to which the visitor finds himself in a certain epoch or topic. We consider the most popular multimedia means of communication on the example of interactive expositions of the world's leading museums and justify the need for their use and importance in the formation of the museum space in general.

One of the most popular multimedia tools used in the design of interactive exhibits is an interactive table - a mini-multimedia center that allows multiple interactive applications to interact simultaneously and to carry out the communication process to multiple visitors simultaneously. Topical interactive applications

for museums are mosaics in the form of coins or banknotes; placement of coins in the order of their origin and historical development. They will help to draw visitors' attention to the features and details of the exhibited items. The sloping structure is ideal for exhibitions, museum tours and installations.

Figure 1. Interactive table

Thus, after the reconstruction and renovation of the museum exposition, the National Museum in Warsaw (Muzeum Narodowe w Warszawie) makes extensive use of interactive tables and selected interactive applications. Today, its visitors have the opportunity to make a mosaic of Byzantine frescoes of the XIII century and thus study the details of the images of saints, consider and compare the technique of drawing, etc. The National Museum in Warsaw was founded in 1862. As the leading museum in Warsaw, it consisted of the collections of a number of other museums and organizations, gradually covering works of various types and genres of art. Today it houses more than 780,000 exhibits. These are collections of ancient and medieval art, paintings by Polish and foreign artists, collections of jewelry, oriental arts, contemporary Polish art, Polish and European decorative art, as well as many temporary exhibitions [7].

Experience shows that the interactive screen expands the possibilities of presentations, increases the effectiveness of interaction with the audience. The control is usually fulfilled by touching the screen with finger. The sensitive surface of the display responds immediately and transmits data to the control program, which displays the corresponding section or topic on the screen. Thus, the visitor can control the flow of information, choosing interesting topics or sections of the exhibition. On the other hand, the interactive screen can contain visual materials in the form of electronic 3D photo objects. This helps to make the tour of high quality, accessible and understandable to a wide range of visitors.

Figure 2. Interactive screen

An example of such interactive solutions is the exposition of the Archaeological Museum of Poznan (Poland). Thanks to the interactive screen, you can get acquainted in detail with a large number of exhibits, learn about their history and operation, as well as get acquainted with virtual exhibits that are not presented in the exhibition or lost for some reason. In the museum you can also put together puzzles of museum objects, answer the questions of the visual photo-questionnaire, etc. It is worth emphasizing that the use of hardware multimedia in the practice exposures allows the visitor to get all the necessary information in an interactive form. At the same time, traditional touch panels are being replaced by Kinekt technology (Kinekt Microsoft). These motion sensors operate in conjunction with a game console [6]. This feature allows controlling what happens on the screen without touching it. On the other hand, modern interactive museum exhibits will use augmented reality technology in the future, which will allow adding virtual objects to the real world.

Another example of multimedia in the exhibition are information kiosks - a kind of "interactive consultants" with a wide range of functional resources and capabilities. They are based on software or a help-interactive system. Information kiosks are search engines with information about exhibits and expositions. They also contain information about the navigation system of exhibition halls. They will advertise and attract potential partners or sponsors. In the days of active use of smartphones and person-

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

al computers, the visitor gets used to receiving information instantly and quickly satisfying information services. The use of information kiosks and multimedia technologies, in our opinion, solves the problem of "information loneliness" of the visitor when viewing the classic exhibition.

Figure 3. Information kiosk

In particular, such an information kiosk is installed next to the sculpture of David in Florence (Italy). Due to the huge size of the sculpture (five and a half meters), visitors cannot always see the details and explore the masterpiece of Michelangelo. A touch kiosk comes to the rescue, on the screen of which each visitor can "fly around" the sculpture from all angles and sides, and carefully consider all the details of interest. During periodic restorations, the installed kiosk is extremely appropriate and relevant [6].

It is worth noting that the space for educational activities can be a continuation of the exhibition. This is possible if such functionality is present in the museum at the initial stage of its design. For example, in the Melbourne Museum there is a special "learning lab" for the implementation of digital educational projects. This uses interactive walls and a floor with special equipment. During educational events, a flipchart is relevant - a magnetic market board, which is used for lectures, seminars and events. The interactive panel has a QR code that allows using a smartphone to display and store information and transfer it to a personal computer. In this case, there is no need to be distracted by the necessary records and notes.

Today, the nature of cultural communication has changed, the means of visual communication associated with the development of electronic media and media technologies are actively developing. Therefore, it allows us to talk about the need for greater integration of visual aids into traditional museum practice. In addition, with the general information load of society, a bright presentation of information about the exhibit in the form of author's installations using multimedia technologies will create a specific "museum atmosphere" and "effect of immersion" in a particular era. However, the use of technical means only as an end in itself, and not as a means of forming a modern museum space can lead to distraction and reduce the visitor's attention to the museum object. This issue, in our opinion, needs more detailed study and justification.

Conclusions. The article is devoted to the topical problem of introduction of the newest technologies in exposition museum practice and definition of factors of influence on formation and creation of new interactive museum expositions. During the research, the main models of multimedia technologies that can be used in the development of exhibition solutions were successfully identified and characterized. On the example of the analysis of interactive exposition decisions of the European museums the innovative methods of construction of a museum exposition were developed and offered. Prospects for further research are to find an expanded range of models of interactive technologies and multimedia tools that can be used in the construction of an interactive museum exhibition and other factors influencing the formation of modern exhibition space.

REFERENCES

1. Akoeva N.B. Interactive techniques for working at a museum exposition. The cultural life of the region. 2016. No. 3 (62). P. 113-114.
2. Vaneeva O.V. Integrated use of interactive technologies within the museum space. Museum in the world of culture. The world of culture in the museum. Volume 212. 2015. P. 189-196.
3. Vasilyeva L.A. Interaction of visitors with an interactive exposition "room of discoveries". Collection of scientific papers of the State Biological Museum. K.A. Timiryazev. 2006. P. 38-49.
4. Vinogradova A.S. An interactive approach to the formation of a modern exhibition exposition. Design Education in Ukraine: perspectives of development. 2013. No. 2. P. 74 -76.
5. Interactive and multimedia technologies in the museum. URL: http://www.ascreen.ru/projects/type/more.php?id=32 (date of the blast: 02/21/2021).
6. Information kiosks for museums. URL: https://asiaterm.ru/informaczionnyie-kioski/dlya-muzeev/ (date of application: 24.02.2021).
7. Chalaya A. I. Interactivity of space as a modern culturological tendency in the formation of the exposition of exhibitions. Bulletin of the Academy of Marketing and Social Information Technologies. 2016. No. 1. (65). P. 190-198.
8. Muzeum Narodowe w Warszawie. URL: http://www.mnw.art.pl (date of application: 03.02.2021).

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

The role of patronage in popularizing the work of Stanislav Zhukovsky

A. Zadoia, I. Syzonenko

Alfred Nobel University, Dnipro, Ukraine
John Paul II Catholic University of Lublin, Poland
Corresponding author. E-mail: zadoya@duan.edu.ua, 9sirena@gmail.com

Paper received 02.04.21; Accepted for publication 23.04.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-04

Abstract. The article is devoted to the study of the peculiarities of patronage as a socio-cultural phenomenon, the forms of its manifestation in Russia at the end of the 19th and the beginning of the 20th centuries, as well as the influence on the formation of the creative fate of a particular person - the Polish artist Stanislav Yulianovich Zhukovsky (1873-1944), who, by the will of historical destinies, in the period under review lived on the territory of the Russian Empire in Moscow. The role of individual patrons of art in supporting the artist through the acquisition of his paintings is analyzed. The fate of individual works of the artist, which have survived to this day thanks to the private collections of Russian patrons of art, has been investigated.

Keywords: *S.Yu. Zhukovsky, patronage, sponsorship, private collections, museums.*

Introduction. Patronage is the most important social institution that purposefully contributes to the preservation and development of cultural heritage, as well as the spiritual development of society through culture. Patronage means charity. The concept of a patron originates from the name of Gaius Cilnius the Maecenas, who was an approximate of the Emperor Augustus in ancient Rome. He carried out the private and diplomatic orders of the emperor, and also provided patronage and material assistance to such poets as Virgil and Horace. Today it is necessary to distinguish between such concepts as patronage and sponsorship. Sponsorship is contractual financing or investment of material and technical resources by both an individual and a legal entity (or group of persons) in any activity. This support is similar to charitable support, but it has an important significant difference - the selfless nature of the help.

Unlike sponsorship, patronage is gratuitous assistance; patrons are people who systematically and voluntarily donate money and funds for the construction and operation of various cultural structures (temples, theaters, museums) that help the creative intelligentsia. Thus, patronage differs from sponsorship by the absence of selfish goals. Historically, philanthropy presupposes charity primarily in the field of artistic culture. The social responsibility of business is the responsibility of the subjects and their voluntary contribution to the development of society in the social, economic, environmental and other spheres. Social responsibility is an ethical principle, not a rule, duty is internal to oneself, and is based on moral norms and values. Russian lawyer and statesman K.P. Pobedonostsev wrote: "Money would come to life if the soul that owns it would revive and would become in the hands of a person a powerful instrument of fruitful productivity and rational beneficence" [1, p. 143]. Based on this, the social responsibility of a business is, first of all, the responsibility imposed on the business, often in the form of requirements. Patronage is always a voluntary activity, it is not an obligation, but one's own desire to support talents and culture.

Review of Publications on the Topic. A lot of scientific research is devoted to the problems of patronage. Researchers are looking at various aspects of this problem. In particular, D. Bearfield is trying to revise the basic conceptual provisions that underlie the study of patronage. The author calls for a reexamination of the concept based on developments found in the field of anthropology. In an effort to generate future scholarship, the author introduces a typology of patronage styles based on this reexamination [2].

A group of authors investigate patronage from the standpoint of assessing its role in the political system of Latin America. Analysis of the features of the manifestation of patronage showed its dependence on the form of government [3].

The study by Miklós Szanyi is devoted to the study of the role of patronage in the economic life of European countries. The author argues that patronage in a distorted form, which is characteristic of countries with a young democracy, has as its purpose to obtain additional rent at the expense of budgetary funds [4].

A significant place among scientific works on patronage is occupied by publications on its role in the development of art and, in particular, fine art. It is possible to name a number of works by Russian researchers, which deal with charity and patronage in pre-revolutionary Russia [5]. At the same time, most often, research is conducted from the standpoint of assessing the role of specific individuals in the formation of museum values, expositions or exhibitions. There are practically no studies that would be devoted to assessing the role of patronage in the life of certain artists.

The purpose of the article. The purpose of our study is to clarify the features of patronage as a socio-cultural phenomenon, the forms of its manifestation in Russia at the end of the 19th and the beginning of the 20th centuries, as well as the influence on the formation of the creative fate of a particular person - the Polish artist Stanislav Yulianovich Zhukovsky (1873-1944), who, by the will of historical destinies, in the period under review lived on the territory of the Russian Empire in Moscow.

Materials and methods. The main source of information for writing an article were monographs and scientific articles on the research topic. Archival materials from a number of museums in the Russian Federation, Poland and Ukraine were widely used.

The results of the study. It has become a generally accepted truth today that many museums are based on private collections. Thanks to the selfless activity of collectors, the richest museum fund has developed not only in museums in Russia, Poland, Ukraine, Belarus, but also in many museums around the world. Behind the passion for collecting and patronage, in our opinion, there is a humanistic mission - the unification of mankind and its introduction to the

 ©|*A. Zadoia, I. Syzonenko 2021*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

eternal. Whole epochs pass, empires collapse, states disappear and appear, generations and peoples replace each other. But through the depths of centuries, extremely fragile creations are preserved and come to us - the cultural creations of the human spirit. Therefore, collecting and patronage can be defined as a manifestation of the highest wisdom and beauty of the human spirit.

What are the motives for patronage? According to the statements of many patrons, this is responsibility before God and people, a noble opportunity to remove one's guilt for wealth. Patronage for the persons of the reigning house and the nobility is a way of glorifying their dynasty. For persons representing industrial, commercial and other strata of society, patronage acts as a family, clan tradition, a special concept of honor and personal conscience.

The types and forms of manifestation of patronage and collecting in the Russian Empire at the beginning of the 20th century were very diverse. Coming into contact with the environment of wealthy patrons and collectors, S. Zhukovsky performed only one professional action: he worked intensively on his creative methods, created paintings and actively exhibited at exhibitions of creative associations of which he was a member.

The visiting card of S. Zhukovsky has always been his talent, which deserved the highest appreciation and investment of appropriate funds. Interest in the work of S. Zhukovsky was shown by:

-museums (both private and state);

- members of the ruling imperial house of Emperor Alexander III;

- representatives of the aristocratic circles of the Russian Empire;

- representatives of merchant, trade and industrial circles of the Russian society;

- mediated by managers and marketers of foreign firms promoting their products and advertising on the Russian market.

One of the collectors of Stanislav Zhukovsky's works was the Alexander III Museum in St. Petersburg. Empress Maria Feodorovna (Maria Sophia Frederica Dagmar, Princess of Denmark (1847-1928)) was engaged in charitable activities. The Empress headed the Red Cross Society in Russia, orphanages, hospitals. Together with the Empress, Alexander III created museum funds at the expense of the royal treasury, visited together at the opening of exhibitions, they bought works of artists directly from exhibitions or ordered artists. So, in 1898 for the Museum of Alexander III, a student of the Moscow School of Painting, Sculpture and Architecture Stanislav Zhukovsky acquired the landscape "*Forest. (First Snow)*" [6]. The following canvases were purchased directly from the author from exhibitions for the Museum of Alexander III: "*At the Mill*" (1904), acquired from the author in 1905 from the II Exhibition of Paintings of the Union of Russian Artists, in St. Petersburg [7]; "*Poetry of an old noble house*" (1912), acquired from the author in 1913 from the X exhibition of paintings by the Union of Russian Artists in St. Petersburg [8]. Currently in the State Museum of Russian Art in St. Petersburg (formerly the Museum of Alexander III) is one of the largest and most valuable collections of paintings by Stanislav Zhukovsky in the world.

The second museum in the Russian Empire, which acquired the works of S. Zhukovsky, was the Rumyantsev Museum. By decree of Nicholas I, the Rumyantsev Museum was opened in St. Petersburg in 1831 and became the country's first public private museum. It was based on the collection of Count Nikolai Rumyantsev - State Chancellor, diplomat, philanthropist, historian. Everyone, without exception, could visit the museum. For the first 30 years the museum was located in St. Petersburg, then it was moved to Moscow. In Moscow, the Museum was housed in the Pashkov House. The grand opening took place in 1861. The public could visit it 4 days a week, a ticket cost 10 kopecks, and on Sunday admission was free. The main patron of the arts was the Imperial House and the Emperor himself.

S. Zhukovsky, while still a student at the Moscow School of Painting, Sculpture and Architecture and participating in student exhibitions, attracted the attention of the staff of the Rumyantsev Museum with his canvases. So, in 1897, from the XX Exhibition of paintings by students of the Moscow School of Painting, Sculpture and Architecture, S. Zhukovsky's landscape "*Frowned (Autumn)*" (1897) was purchased [9]. In 1899 the landscape "*Evening. Sheds and a Shock of Hay*" (1899), and in 1911 a beautiful landscape full of nostalgia "*The Last Asters*" was purchased from the author. The canvas was purchased directly from the author from the XXXX Traveling Exhibition of Pictures of the Association of Traveling Art Exhibitions [10].

The founder of the Theater Museum in Moscow in 1894 was the merchant Alexei Alexandrovich Bakhrushin (1865-1929). A. Bakhrushin, like other collectors, acquired paintings by S. Zhukovsky directly from the author's exhibitions. These are the paintings "*Living Room*" (1913-1914) and "*Spring Rays. Interior* "(1913), which are still kept in the State Central Museum after named A.A. Bakhrushin (Moscow, Russia) [11].

In 1896-1898, diligence, dedication and great love for creativity brought the student of the Moscow School of Painting, Sculpture and Architecture, Stanislav Zhukovsky, his first fame. But the young and ambitious artist understands that he can receive full recognition only when his works take their place in the collection of the Tretyakov brothers. Courage and self-confidence allowed the young artist to turn directly to P. Tretyakov.

The first painting by S. Zhukovsky, acquired by the philanthropist P. Tretyakov, was called "*Spring Evening*" (1896) and was shown at the XXV Traveling Exhibition of Paintings in 1897 [12].

P. Tretyakov closely follows the artist's success and regularly buys his works for the Tretyakov Gallery. So, in 1901, P. Tretyakov acquired the landscapes "*Spring Day*" (1901) from S. Zhukovsky, in 1906 - "*Autumn Evening*" (1905), from the XXXIV Traveling Exhibition in 1912 - "*Joyful May*" (1912).

Patron of art and collector P. Tretyakov with his regular acquisitions not only financially supports the young artist, but also creates for him a train of fame and an aura of success, the highest recognition by acquiring and placing a whole collection of the artist's works in the renowned Tretyakov Gallery.

The circle of patrons and collectors of S. Zhukovsky included both representatives of the aristocratic circles of the Russian Empire and representatives of merchant, industrial, banking circles of Russian society.

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

The Society of Friends of the Rumyantsev Museum included Prince Pavel Andreevich Putyatin (1837-1919), an admirer of S. Zhukovsky's artistic talent and an active collector of the artist's works. In the collection of Prince P.A. Putyatin, there was a significant number of landscapes by S. Zhukovsky, but after the revolution of 1917, a tragic fate befell them, like their owner. The fate of the museum collection of Prince Putyatin remains unclear. From the inscriptions on the paintings that have survived to this day, there is evidence of the stay of S. Zhukovsky in the estate and park of the Bologoye estate. Until now, several works by S. Zhukovsky have come down, which were purchased by Prince P.A. Putyatin directly from the artist. These are the following works:

"*White House"* (1906) (Sketch for the painting of the same name in 1906 from the Astrakhan Picture Gallery; on the back of the painting there is an inscription by the author: *A sketch from nature for the painting Park is exposed from the collection of drawings by Prince PA Putyatin* (cyrylica)). Currently, the sketch is in the collection of S.Ya. Feldshtein (Cheboksary, Russia);

"*Corner of a hut in winter*" (On the back of the picture, the author's inscription: *Stanislav Yulianovich Zhukovsky* (cyrylica)). From the collection of paintings by Prince P.A. Putyatin. Chaikovskaya Picture Gallery (Chaikovsk, Russia);

"*House with a front garden in winter*" (1909-1910). On the reverse side of the painting the author's inscription: *S. Zhukovsky* (cyrylica) From the collection of paintings by Prince P.A. Putyatin. Chaikovskaya Art Gallery (Chaikovsk, Russia).

The presence of S. Zhukovsky's canvases in museums of modern Ukraine in many cases is associated with the collections of prominent Ukrainian collectors and patrons of the late XIX and early XX centuries, and among them - Pavel Ivanovich Kharitonenko (1852-1914).

Personal friends and collectors of S. Zhukovsky's paintings were the brothers Sergei Pavlovich Ryabushinsky (1872-1936) and Mikhail Pavlovich Ryabushinsky (1880-1960). Since 1900 M.P. Ryabushinsky is fond of collecting. In 1909, his collection includes 100 paintings by Western European and Russian artists. The collection included such well-known canvases as "*The Demon*" by M. Vrubel, "*Japanese Doll*" by BM. Kustodieva, "*The Singer of the Cafe - Shantana*" by E. Degas, "*Dam*" (1909) by S. Zhukovsky.

S. Zhukovsky and S.P. Ryabushinsky were tied by friendly relations, often friends met at the Lubenkino estate and as participants at exhibitions. The appearance of S. Zhukovsky's painting "*Sleepless Night. Daybreak*" (1903) at the XXXII Traveling Exhibition of paintings caused a flurry of enthusiasm. S. Zhukovsky considered this work one of his best works. At the request of S.P. Ryabushinsky, he sold this painting to him in 1904. Today this painting is on permanent display at the Tver Picture Gallery (Tver, Russia). From the entire collection of S.P. Ryabushinsky also miraculously survived S. Zhukovsky's landscape "*Autumn Evening*" (1905). In 1961 it was transferred to the Tambov Art Gallery, where it is currently located (Tambov, Russia).

Thanks to the patronage and collecting activities of the Samara merchant of the 1st guild Pavel Ivanovich Shikhobalov (1870-1929), three paintings by S. Zhukovsky are currently kept in the Samara Art Museum (Samara, Russia).

P. Shikhobalov and his wife V. Shikhobalova were like-minded people - they were united by common interests in culture, literature, and art. Collectors were especially attracted by the works of young artists - works by S. Vinogradov, N. Bogdanov-Belsky, S. Zhukovsky appeared in their collection. S. Zhukovsky, as a rule, gave the Shikhobalovs the opportunity to acquire their paintings directly from exhibitions. This is how the artist's paintings were acquired:

"*Sad Thoughts*" (1908. Repetition of the 1907 painting from the collection of G. Burshtein). Currently, the canvas is on permanent display at the Samara Art Museum. Entered the museum in 1918 from the requisitioned collection of P. Shikhobalov;

"*Cloudy Day*" (1900). Currently, the canvas is in the museum collection of the Samara Art Museum;

"*Early Spring*" (1910). Currently, the canvas is in the museum collection of the Samara Art Museum.

Warm friendly relations connected S. Zhukovsky with one of the most famous married couples in Moscow, engaged in patronage and collectors. They are Girshman Vladimir Osipovich (1867-1936) and Henrietta Leopoldovna (1885-1970). The Girshman collection included the following works by S. Zhukovsky:

"*Spring Water*" (1898). Study for the painting of the same name in 1896 from the Museum of Alexander III (now the State Russian Museum, St. Petersburg), from the State Tretyakov Gallery was transferred to the Novotorzhsky Museum of Local Lore, from which it disappeared in 1932 and its location is not known;

"*Bright night. Moonlit Night in Winter*" (1900). It was donated by V. Girshman to the Rumyantsev Museum. Currently located in the Tver Regional Art Museum (Tver, Russia);

"*Dacha. Terrace* "(1918-1919). Entered the State Tretyakov Gallery in 1918 from the collection of V. Girshman.

The collection of works included, perhaps, a larger number of paintings, but it is difficult to establish precisely at the present time, since during the so-called "nationalization" of collections, some of them did not reach state museums and galleries.

One of the prestigious magazines "*Capital and manor. Magazine of a beautiful life*", which was published in St. Petersburg. It was an illustrated, informational, cultural, historical and biographical magazine, one of the best examples of pre-revolutionary periodicals. The magazine was published with a time interval of two weeks.

The magazine "*Capital and manor*" was published in St. Petersburg, but distributed in Moscow, Warsaw, Kharkov, Odessa, Riga and other cities. It was another coup of the sponsor's marketing policy - the names of cities and addresses of factory warehouses were given on the FIAT advertisement. Such sponsorship, as a manifestation of marketing innovations of Western European market policy in Russia, had its real manifestation for the first time and the fact of the opening and successful professional activity of the magazine "*Capital and manor*" in the context of these marketing operations confirms this.

The well-known critic S.N. Kondakov published in the magazine "*Capital and manor*" four publications with objective and positive judgments about the work of S.

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Zhukovsky, noting his innovative character of creative evolution, the individual world of poetry in the captured and subtly captured states of nature. The appearance of such evaluative publications in such a prestigious popular magazine undoubtedly served as yet another proof of the high and deserved respect and appreciation of the artist's work.

A very interesting look at the current situation from the standpoint of modern marketing theory can be. The well-known company sponsors the publication of the magazine and uses its pages to promote its brand among potential buyers in the regions where the publication is distributed. However, given the peculiarity of the target audience (the readers of the magazine are mainly representatives of the upper secular society and wealthy entrepreneurs, manufacturers, bankers, merchants), there is a need to demonstrate the connection between the publication (and through it the sponsor) with some popular and authoritative personalities in this environment. Today this technique is called "icon marketing", which is mainly used for the promotion of territories.

With a certain degree of convention, it can be assumed that FIAT has used icon marketing more than 100 years ago, placing a publication about selected artists in a magazine sponsored by it. The inclusion of S. Zhukovsky among these chosen ones is another confirmation of his popularity and authority among the readers of the magazine.

Thus, the analysis showed that patronage in Russia at the end of the 19th and the beginning of the 20th centuries played an important role not only in the development of fine art in general, but also helped individual artists to form as creative personalities. Many patrons, having considered the future talented artist in a young student Stanislav Zhukovsky, acquired his works for their private collections, which eventually became the basis of the most famous art museums. It is thanks to patronage that in the 21st century there is an opportunity to admire the work of this outstanding Polish artist.

REFERENCES

1. Charity in Russia as a social institution: history, formation, development / Under. ed. B.V. Ostanin. SPb: Faces of Russia, 2003. - 640 p.
2. Bearfield D. What Is Patronage? A Critical Reexamination // Public Administration Review 69(1). - January 2009. – PP. 64 – 76. DOI: 10.1111/j.1540-6210.2008.01941.x
3. Panizza F., Larraburu C.R.R., Scherlis G. Unpacking Patronage: The Politics of Patronage Appointments in Argentina's and Uruguay's Central Public Administrations // Journal of Politics in Latin America. - Vol 10, Issue 3, 2018. – PP.59-98. https://doi.org/10.1177/1866802X1801000303
4. Miklós Szanyi. The emergence of patronage and changing forms of rent-seeking in East Central Europe // Post-Communist Economies, 2019. DOI: 10.1080/14631377.2019.1693738
5. Benefactors and patrons of the past and present [Text]: dictionary-reference book from A to Z / auth.-comp. M. L. Makalskaya, N. N. Bobrovskaya. - M.: Delo and Service, 2003. - 207 p.
6. Catalog of the XXVI Traveling Exhibition of Pictures. The Association of Traveling Art Exhibitions. - Kharkov, 1898.
7. Catalog II Exhibition of the Union of Russian Artists, Moscow, Petersburg 1904-1905.
8. Catalog X Exhibition of the Union of Russian Artists, Moscow, Petersburg 1911-1912.
9. Catalog XX Exhibition of paintings by students of the School of Painting, Sculpture and Architecture, Moscow 1897
10. Catalog XXXX Traveling exhibition of paintings by the Association of Traveling Art Exhibitions, Moscow, Petersburg 1911-1912.
11. Catalog XXXII Traveling exhibition of paintings by the Association of Traveling Art Exhibitions, Moscow, Petersburg, Kharkov, 1904-1905.
12. Catalog XXV Traveling Exhibition of Pictures of the Association of Traveling Art Exhibitions, Moscow, St. Petersburg, Kiev, 1897.

Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, IX(46), I.: 254, 2021 Jun. www.seanewdim.com
The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

HISTORY

Вплив історичного краєзнавства на формування критичного мислення у здобувачів історичної освіти

О. Ю. Кашаба, І. В. Щербина

Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків
Corresponding author. E-mail: olga.kashaba@ukr.net shcheririna63@gmail.com

Paper received 29.05.21; Accepted for publication 16.06.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-06

Анотація. У роботі розглядається вплив історичного краєзнавства на формування творчого потенціалу студентів-істориків. Система сучасної гуманітарної освіти має орієнтуватися на формування особистості, здатної транслювати культурні цінності, норми, ідеали, форми відтворення національно-культурного світу, сприяти формуванню міжетнічних толерантних відносин. Історичне краєзнавство як складова гуманітарної історичної освіти сприяє активізації творчого потенціалу здобувачів освіти, розкриває їх різнобічні можливості, створює умови для задоволення особистих та суспільних інтересів, виховує громадянські компетентності. Автори статті зробили спробу узагальнити вже існуючий досвід вітчизняних краєзнавчих студій, проаналізувати основні напрями досліджень та методи їх пізнання, а також розкрити можливості історичного краєзнавства в процесі активізації творчого потенціалу здобувачів освіти, в першу чергу – студентів-істориків. Під час підготовки майбутнього фахівця-історика дисципліни краєзнавчого спрямування відіграють визначну роль. Їх впровадження є не лише одним з етапів теоретичної підготовки здобувачів освіти, а і результатом практичної орієнтації під час підготовки до практичних занять, самостійної творчої діяльності, індивідуальної, пошуково-дослідної роботи, а також у період проходження виробничої та педагогічної практики. Дисципліна «Історичне краєзнавство» в цьому процесі відіграє значущу роль. Вивчення історії рідного краю перетворюється із методичного прийому в загально педагогічний принцип і створює підґрунтя для формування глибоких фахових знань, історичного мислення, сприяє творчому осмисленню досвіду, напрацьованого краєзнавцями різних регіонів України.

Ключові слова: *історичне краєзнавство, гуманітарна освіта, історична освіта, творчий потенціал.*

Провідною тенденцією освіти України XXI ст. є відродження національної духовності, формування у молоді громадянських компетентностей, виховання любові до Батьківщини і, як результат, визначення самоцінності молодої особи, її потреби в здатності бути моральним суб'єктом – людиною.

Сьогодні, як ніколи українському суспільству потрібна іманентне представлення власного історико-культурного надбання у світі. Історична строкатість та територіальна різнобарвність нашої держави вимагають глибокого та системного аналізу складного і тривалого процесу історичного розвитку кожного окремого регіону. Подібні ретроспективи регіональної специфіки супроводжуються накопиченням значного фактичного історико-краєзнавчого матеріалу, а також його презентацією широкому загалу.

В основі сучасної освіти (в першу чергу, гуманітарної, історичної) мусять вибудовуватися відповідні підвалини для формування людини-громадянина, які сприяють розкриттю її творчих можливостей, задоволенню особистих та суспільних інтересів. Отже очікуваною стає роль історичної освіти. Вона повинна сприяти формуванню стійких знань і певних системних уявлень, що дозволяють осмислювати і проводити аксеологічний аналіз багатовіковій минувшині, оцінювати процеси державотворення, закономірності і тенденції внутрішнього історичного розвитку в загальноукраїнському і регіональному контекстах. На історичне краєзнавство, як складову історичної освіти, покладене завдання відроджувати національну пам'ять, зміцнювати та активізувати національну свідомість і духовність на локально-регіональному рівні. Це у свою чергу, дозволить формувати у кожного громадянина почуття бережливого ставлення до минувшини свого народу, пам'яток історії та культури, свідомо осмислювати історію своєї держави, рідного краю, «малої Батьківщини», примножуючи скарбницю історико-культурної спадщини [8].

У сучасних умовах розвитку освіти історичне краєзнавство варто розглядати як важливий педагогічний засіб у моральному «естетичному й патріотичному вихованні молоді». Воно є невід'ємною складовою історичної освіти як у загальноосвітній школі, так і у закладах вищої освіти. Дослідження історії рідного краю, спостереження та історія повсякденності мікросоціуму, виводять здобувачів освіти за межі шкільного класу чи студентської аудиторії, сприяють розширенню їхнього світогляду, сфери інтересів, розвивають спостережливість, спонукають до вдумливого ставлення до суспільних явищ. Адже, краєзнавство дозволяє конкретизувати загальне, робити його образним, емоційним, усвідомленим. Саме тому в освітньому процесі пріоритетне значення мають не тільки освітньо-виховні складові історичного краєзнавства, а й навики його наукового дослідження, які потрібно прививати здобувачам освіти. Це допоможе встановлювати взаємозв'язок між загальноісторичним та місцевим матеріалом. Отже, напрацювання та удосконалення методики історико-краєзнавчих досліджень є і залишатиметься актуальним завданням [5, С. 31 – 34].

Соціальна значущість теми полягає в тому, що історичне краєзнавство виконує важливу світоглядно-виховну роль. Історико-краєзнавчі студії стають могутнім засобом виховання патріотичних почуттів, джерелом національної ідентифікації. Дослідження та популяризація історії рідного краю є невід'ємною складовою національної культури та українознавства і проймає все наше суспільство й особисте життя, хоча

 ©O. Kashaba, I. Shcherbyna 2021

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

не завжди помітно. Адже за рівнем краєзнавчої діяльності та її здобутків можна судити про стан духовності народу, почуття його національної гідності та самоповаги [3, С. 4].

Сьогодні краєзнавча проблематика є надзвичайно популярною. Навіть поверховий аналіз стану сучасної історичної науки в нашій державі, дає підстави стверджувати, що посилений інтерес до локальної тематики, дослідження історії рідного краю, історико-краєзнавчі студії допомагають осмислити, оцінити, порівняти як загально історичний процес, так і територіальну розмаїтість України.

Серед сучасних українських дослідників, науковим осмисленням проблем краєзнавства займаються В. Бездрабко, О. Богдашина, Я. Верменич, В. Горбик, Я. Жупанський, С. Заремба, Р. Маньковська, О. Кашаба, М. Кострица, В. Круль, С. Куделко, П. Скрипник, О. Рябченко та інші. Автори розглядають широке коло питань, які розкривали різнобічні аспекти розвитку історичного краєзнавства. У той же час актуальними залишаються питання методології історико-краєзнавчої роботи, вплив історико-краєзнавчого матеріалу на формування світогляду майбутнього фахівця та активізацію його творчого потенціалу.

Виходячи з вищевикладеного автори статті зробили спробу узагальнити вже існуючий досвід вітчизняних краєзнавчих студій, проаналізувати основні напрями досліджень та методи їх пізнання, а також розкрити можливості історичного краєзнавства в процесі активізації творчого потенціалу та критичного мислення здобувачів освіти, в першу чергу – студентів-істориків.

Розвиток історичного краєзнавства на сучасному етапі потребує підготовки фахівців, що могли б реалізувати нові перспективні напрями. Заклади вищої освіти, що проводять підготовку за спеціальністю 032 Історія та археологія, мають виконувати першочергове завдання – готувати якісно нове покоління студентів-істориків до майбутньої наукової та педагогічної діяльності, ознайомлювати їх з різними формами та методами краєзнавчої роботи, уміннями застосовувати їх на практиці в майбутній професійній діяльності.

У 2020 – 2021 навчальному році в Українській інженерно-педагогічній академії було відкрито набір на перший рівень вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Краєзнавчо-туристична робота». Основний фокус освітньо-професійної програми зроблено на засвоєнні теоретичних знань з історії та археології, формуванні у здобувачів освіти професійних умінь і практичних навичок для організації краєзнавчо-туристичної роботи, розвиток загальних і фахових компетентностей. Спеціалізація ОПП дозволяє здійснювати експертну та практичну діяльність у проблемних полях історичного краєзнавства, країнознавства, туризму та краєзнавчо-туристичної роботи. Якість підготовки здобувачів освіти ОПП «Краєзнавчо-туристична робота» вимагає ретельної, плідної і ґрунтовної підготовки. Саме тому, навчальним дисциплінам історико-краєзнавчого спрямування в освітньо-професійній програмі надається значна кількість кредитів. Ці дисципліни є важливою складовою під час підготовки майбутнього фахівця-історика. Впровадження цих курсів і навчальних дисциплін є не лише одним з етапів теоретичної підготовки здобувачів освіти, а і результатом практичної орієнтації під час підготовки до практичних занять, самостійної творчої діяльності, індивідуальної, пошуково-дослідної, а також у період проходження педагогічної виробничої практики.

Дисципліна «Історичне краєзнавство» в цьому процесі відіграє значущу роль. Вивчення історії рідного краю перетворюється із методичного прийому в загально педагогічний принцип і створює підґрунтя для формування глибоких фахових знань, історичного мислення. Ця дисципліна є нормативною і складається з теоретичної частини – лекційних і практичних занять, а також передбачає проведення історико-краєзнавчої та педагогічної практики.

Лекційні та практичні заняття передбачають різноманітні види діяльності і мають свою структуру, яка складається з низки взаємообумовлених змістовних компонентів. Останні в повній мірі дозволяють розкрити творчий потенціал здобувачів освіти.

Так, діагностична діяльність полягає у вивченні довкілля рідної місцевості з притаманними йому особливостями; історії розвитку рідного краю, яка включає в себе різноманітні напрями та періоди.

Орієнтовно-прогностична діяльність полягає у визначенні краєзнавчих цілей, змісту і методики краєзнавчої навчально-виховної роботи за навчальними програмами.

Конструктивно-проектувальна діяльність здобувачів освіти полягає у відборі краєзнавчого матеріалу в підготовці до майбутньої професії – проведенні екскурсій, уроків, виборі методів, прийомів, засобів краєзнавчої роботи.

Організаційна діяльність спрямована на попереднє планування власної поведінки майбутнього фахівця у спільній краєзнавчій роботі, наприклад з учнями, або учасниками туристичних груп, екскурсантами.

Комунікативно-стимулююча діяльність студента-історика полягає у встановленні невимушеного спілкування під час проведення екскурсій, або спілкування з учнями, в основу якого покладено гуманні стосунки, принципи ґендерної рівності та толерантне поводження.

Гностична діяльність спрямована на постійне підвищення рівня фахової майстерності і культури за рахунок краєзнавчої самоосвіти.

Дослідницька діяльність полягає у постійному пошуку краєзнавчого матеріалу для майбутньої професії.

Історико-краєзнавчі студії в великій мірі залежать від ступеню зацікавленості здобувача освіти, це значно посилює результативність пошукової роботи, проведення польових досліджень, збір і зберігання фактологічного матеріалу, володіння методикою проведення наукових пошуків. На сьогоднішній день існують певні напрацювання, апробовані схеми, які є базовими для молодого дослідника. Отже, етапами комплексного дослідження є обов'язковий набір компонентів, без яких не можна досягнути якості. Наприклад, розпочинати будь-яку наукову розвідку потрібно з вибору теми, формування цілей і завдань. Наступним етапом є визначення об'єктів краєзнавчого дос-

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

лідження і побудова робочої гіпотези. Складно уявити історико-краєзнавчу розвідку без чітко визначеної методики проведення дослідження, велике значення відіграють вміння зібрати, аналізувати і описати матеріал, а також архівувати його, каталогізувати і відправити на збереження. Будь-яке дослідження обов'язково закінчується обґрунтуванням висновків і пропозицій, оформленням, обговоренням та рецензуванням результатів. Важливе значення при організації історико-краєзнавчих досліджень мають апробації наукових результатів, можливість практичного впровадження та розрахунок фактичної ефективності дослідження. Попри важливість і значущість знання базових методів, велике значення має здатність студента-історика відтворювати, накопичувати, фокусувати, передавати нові, самостійні ідеї. Уміння продукувати креативні, неординарні думки, враження, ідеї, мабуть єдиний шлях заглянути в майбутнє свого краю, творити його, намагаючись уникати помилок своїх попередників. Саме тому у навчальному і виховному процесі так важливо відтворювати нові способи мислення, не боятися висувати найнеймовірніші, на перший погляд, судження [1, С. 13].

Історичне краєзнавство досить тісно пов'язано з науковими дисциплінами, що виходять за межі гуманітарних знань. Наприклад, основи математичних знань, данні статистики, соціологічні викладки будуть в нагоді при проведенні досліджень демографічних процесів того чи іншого краю чи окремого населеного пункту. Артефакти, археологічні знахідки, етнографічні матеріали нададуть повну інформацію тільки при використанні хімічних реактивів, оптичних приладів, антропологічних аналізів, інформаційних технологій тощо. Отже студент-історик повинен знаходитися в постійному творчому пошуку, виходити за межі власної сфери діяльності, не боятися експериментувати, бути критично мислячим, і пам'ятати, що результат пошуку потребує наполегливої праці, великих затрат інтелектуальної енергії. Все це дозволить народитися неординарним, креативним ідеям, нестандартним рішення, активізуватися творчому потенціалу, зробити нові відкриття [1, С. 13 – 14].

Практика посідає важливе значення у процесі викладання історичного краєзнавства. Вона має специфічні риси і напрями, передбачає тісну комунікацію с оточуючими. Практика сприяє набуттю фахових навичок екскурсовода, студенти-історики навчаються складати екскурсійні маршрути, вчаться польовим методам дослідження, а саме: збирають етнографічні матеріали, проводять інтерв'ювання за визначеною проблемою. Велике значення має практична робота з бібліотечними фондами, матеріалами краєзнавчих та етнографічних музеїв, співробітництво з громадськими організаціями, що проводять історичну пошукову та краєзнавчо-туристичну діяльність. Неоціненний досвід набувають студенти-історики під час залучення їх до діяльності обласних відділів Товариства охорони пам'яток історії і культури України [2, С. 291 – 297].

Різноманітність форм краєзнавчої практики виробляє у студентів-істориків навички самостійного мислення і вміння брати на себе відповідальність, закріплення теоретичних знань, прищеплення умінь та навичок самостійного ведення краєзнавчої роботи, ознайомлення з історичними місцями краю, його відомими особистостями, пам'ятками історії та культури. Все це вимагає постійного вдосконалення, самоорганізації, активності, цікавості. Знайомство з різноманітним аспектами життєдіяльності рідного краю спонукають застосовувати такі різновиди логічного мислення як аналітичне, концептуальне, теоретичне, критичне, нелогічне, рефлективне, візуальне, символічне, пропозиційне, міфічне, метафоричне, аналогічне, конструктивне, ліричне, поетичне, практичне, сфокусоване, конкретизоване, амбівалентне, фантазійне тощо [1, С. 16]. Це у свою чергу дозволить студенту-історику вийти за межі усталених схем і моделей, не звертати увагу на упередження, застосовувати широкий спектр можливостей для сучасного вирішення проблем, винайдення більш актуальних алгоритмів.

Очевидно, що навчальні програми потребують постійного удосконалення методичних підходів, осучаснення, гнучких змін, пристосування до вимог часу. Ці програми повинні відповідати очікуванням стейкхолдерів. Адже репродуктивний рівень під час іспиту, тобто вміння запам'ятати певний набір відповідей на заздалегідь сформульовані питання – це шлях, який сьогодні не сприяє стимулюванню творчого мислення, ініціативності, креативності, неординарності, а відтак не відповідає потребам нашого динамічного часу.

Виклики сьогодення вимагають залучати творчі можливості особистості, активізувати інтелектуальний потенціал здобувачів освіти. Історичне краєзнавство, на нашу думку, є тією навчальною дисципліною, яка дозволяє розкритися широкому спектру можливостей, формувати у студента-історика вміння і навички наукового мислення, громадянські компетентності, виховувати активного громадянина, творця майбутнього свого краю.

Отже, історичне краєзнавство є важливим та ефективним напрямом гуманітарної освіти і виховання. Воно є визначальним чинником залучення здобувачів освіти до вивчення рідного краю, своєї місцевості, забезпечення розуміння зв'язку глобальних, національних і регіональних аспектів у вирішенні сучасних проблем. Використання краєзнавчого матеріалу у викладанні історичних дисциплін і практичне застосування набутих знань про рідний край надають широкі можливості для підвищення інтересу студентів-істориків до культурно-історичної спадщини українського народу, активізації творчого потенціалу, формування світогляду і національної гідності молоді.

ЛІТЕРАТУРА

1. Голубко В., Середяк А. Методичні засади підготовки історика-краєзнавця: досвід, перспективи// Дрогобицький краєзнавчий збірник. Спеціальний випуск ІІІ. – Дрогобич, 2017. – С. 9 – 20.
2. Історичне краєзнавство. Напрями та методи історико-краєзнавчих досліджень : курс лекцій / В. Є. Голубко, А. В. Середяк, Р. Я. Генега та ін. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 304 с.
3. Кашаба О.Ю. Внесок освітян Харківщини в розвиток історичного краєзнавства в 20-х – початку 30-х років ХХ

ст.: Монографія / О.Ю. Кашаба. – Харків, ХНУ ім.. В.Н. Каразіна, 2009. – 172 с.
4. Кашаба О.Ю. Історичне краєзнавство як складова національної освіти: теоретичний аспект // Краєзнавство – 2010. – № 1 – 2. – С. 96 – 104.
5. Кашаба О.Ю. Феномен історичного краєзнавства в контексті розвитку історичної науки // Краєзнавство. – 2005. – № 1. – С. 31 – 34.
6. Маньковська Р.В. Суспільнотворча роль освітянського краєзнавства (до 100-річчя від дня народження академіка П.Т. Тронька) // Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Серія «Історія». – 2016. – Вип. 51. – С. 131 – 139.
7. Піскун С.А. Педагогічне краєзнавство в організації навчально-виховного процесу вищої школи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eprints.zu.edu.ua/2067/1/ghdruiohdi.pdf
8. Реєнт О., Дмитрук В. Поступ українського краєзнавства // Краєзнавство. – 2015. – № 1 / 2 (90/91). С. 8 – 28.
9. Франко І. Галицьке краєзнавство // І. Франко. Зібрання творів у 50-ти томах. К., 1986. – Т.46.
10. Шинкаренко В.В. Краєзнавство як дієвий засіб патріотичного виховання старшокласників [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pedagogy-journal.kpu.zp.ua/archive/2018/60/part_1/46.pdf

REFERENCES

1. Holubko V., Serediak A. *Metodychni zasady pidhotovky istoryka-kraieznavtsia: dosvid, perspektyvy*// Drohobytskyi kraieznavchyi zbirnyk. Spetsialnyi vypusk III. – Drohobych, 2017. – S. 9 – 20.
2. *Istorychne kraieznavstvo. Napriamy ta metody istoryko-kraieznavchykh doslidzhen : kurs lektsii* / V. Ye. Holubko, A. V. Serediak, R. Ya. Heneha ta in. – Lviv : LNU imeni Ivana Franka, 2011. – 304 s.
3. Kashaba O.Iu. Vnesok *osvitian Kharkivshchyny v rozvytok istorychnoho kraieznavstva v 20-kh – pochatku 30-kh rokiv KhKh st.: Monohrafiia* / O.Iu. Kashaba. – Kharkiv, KhNU im.. V.N. Karazina, 2009. – 172 s.
4. Кашаба О.Ю. *Історичне краєзнавство як складова національної освіти: теоретичний аспект* // Краєзнавство – 2010. – № 1 – 2. – С. 96 – 104.
5. Кашаба О.Ю. *Феномен історичного краєзнавства в контексті розвитку історичної науки* // Краєзнавство. – 2005. – № 1. – С. 31 – 34.
6. Mankovska R.V. *Suspilnotvorcha rol osvitianskoho kraieznavstva (do 100-richchia vid dnia narodzhennia akademika P.T. Tronka)* // Visnyk KhNU im. V. N. Karazina. Seriia «Istoriia». – 2016. – Vyp. 51. – S. 131 – 139.
7. Piskun S.A. *Pedahohichne kraieznavstvo v orhanizatsii navchalno-vykhovnoho protsesu vyshchoi shkoly* [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: http://eprints.zu.edu.ua/2067/1/ghdruiohdi.pdf
8. Reient O., Dmytruk V. *Postup ukrainskoho kraieznavstva* // Kraieznavstvo. – 2015. – № 1 / 2 (90/91). S. 8 – 28.
9. Franko I. *Halytske kraieznavstvo* // I. Franko Zibrannia tvoriv u 50-ty tomakh. K., 1986. – T.46.
10. Shynkarenko V.V. *Kraieznavstvo yak diievyi zasib patriotychnoho vykhovannia starshoklasnykiv* [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: http://www.pedagogy-journal.kpu.zp.ua/archive/2018/60/part_1/46.pdf

The influence of historical local lore on the formation of critical thinking in students of historical education

O. Kashaba, I. Shcherbyna

The system of modern humanitarian education should focus on the formation of a person capable of transmitting cultural values, norms, ideals, forms of reproduction of the national-cultural world, to promote the formation of interethnic tolerant relations. Local history as a component of humanitarian historical education contributes to the activation of the creative potential of students, opens their diverse opportunities, creates conditions for personal and social interests, cultivates civic competencies. The authors of the article tried to summarize the existing experience of domestic local history studies, analyze the main directions of research and methods of their knowledge, as well as reveal the possibilities of local history in the process of activating the creative potential of students, especially students of history. During the preparation of the future specialist-historian, the disciplines of local history play a significant role. Their implementation is not only one of the stages of theoretical training of students, but also the result of practical orientation in preparation for practical classes, independent creative activity, individual, research work, as well as during industrial and pedagogical practice. The discipline " Local history" plays a significant role in this process. The study of the history of the native land is transformed from a methodological approach into a general pedagogical principle and creates a basis for the formation of deep professional knowledge, historical thinking, promotes creative understanding of the experience gained by local historians from different regions of Ukraine.

Keywords: *local history, humanitarian education, historical education, educational-professional program, creative potential.*

Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, IX(46), I.: 254, 2021 Jun. www.seanewdim.com
The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Наслідки «добросусідства»

В. В. Якуба

Державна установа «Інститут всесвітньої історії» НАН України
Corresponding author. E-mail: kachurveronika@ukr.net

Paper received 21.04.21; Accepted for publication 12.05.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-07

Анотація. Розглянуто найбільш вагомі фальсифікації історичних подій більшовицьким режимом та встановлено, що в інформаційній політиці РФ систематично фальсифікуються і замовчуються історичні факти і події, які свідчать про великий вклад України і її народу в розгромі фашистської Німеччини у Другій світовій війні. Аналіз національно-визвольних змагань 1917-1920-х рр. показав, що тривалий період радянські дослідники називали більшовицький переворот 1917 р. у Російській імперії пролетарською революцією формуючи думку про те, що ця революція була справедливою боротьбою селян та робітників з капіталістами і такий обман тривалий час насаджувався у свідомість українців. Окремо досліджено Голодомор в 1932-1933 рр., як навмисний геноцид або «тимчасові продовольчі труднощі».

Ключові слова: *Фальсифікація історичних подій, Голодомор 1932-1933 рр., перемога над фашизмом, українська повста-нська армія, національно-визвольні змагання 1917-1920 рр.*

Постановка проблеми. Життєздатність українського суспільства багато в чому залежить від наявності у громадян гідного ставлення до своєї історичної спадщини і його народу, що передбачає цілеспрямовану діяльність держави, інститутів громадянського суспільства, науковців-істориків, викладачів гуманітарних дисциплін щодо формування серед українців історичної культури на основі поваги до історії своєї країни, принципу історизму, з опорою на документальні джерела і наукові дослідження, з урахуванням фундаментальних традиційних духовних цінностей українського суспільства.

Мета дослідження заключається в аналізі фактів фальсифікації історичних подій періоду національно-визвольних змагань 1917-1920-х рр., періоду Голодомору 1932-1933 рр. та образу українців-колабораціоністів у часи Другої світової війни.

Виклад основного матеріалу. Сучасні українці, як творці історії своєї країни, виявилися в центрі її частої фальсифікації російськими науковцями за допомогою інформаційних технологій головна мета яких полягає в тому, щоб нав'язати українцям комплекс меншовартості та створити образ світу, в якому для РФ буде найбільш сприятлива умова існування і розвитку. Вимивання з шкільних підручників в радянський період ідей громадянськості і патріотизму, «переписування» підручників історії, з яких зникали найбільш значущі героїчні сторінки козацького періоду. Значного поширення набув опис радянського періоду історії України як суцільну смугу помилок і злочинів держави проти свого народу, дискредитація. В інформаційній політиці РФ систематично фальсифікуються і замовчуються історичні факти і події, які свідчать про великий вклад України і народу в розгромі фашистської Німеччини у Другій світовій війні.

Аналізуючи національно-визвольні змагання 1917-1920-х рр. радянською історіографією ігнорувався факт існування суверенної Української держави за доби революції, а боротьба за національну державність кваліфікувалась контрреволюційними, буржуазно-націоналістичними рухами. Жорстка централізація наукових досліджень, перманентне конструювання образу ворога, зосередження уваги істориків в основному на вивченні радянського часу, класовий підхід і штучна деперсоналізація історії – все це призвело до того, що радянська історична наука набула не наукового, а ідеологічного характеру [3, с. 196].

Тривалий період радянські дослідники називали більшовицький переворот 1917 р. у Російській імперії пролетарською революцією. З плином часу зазначена подія була звеличена комуністичною владою в багатьох художніх та наукових творах і ці твори були поширені в загальноосвітніх закладах та включені в навчальні програми шкіл. З їх допомогою відбувалася маніпуляція свідомістю юних школярів, формуючи думку про те, що революція 1917 р. була справедливою боротьбою селян та робітників з капіталістами і такий обман тривалий насаджувався у свідомість українців [2, с. 112]. Після отримання Україною незалежності, науковцями проводилися дослідження описуваних подій під іншим кутом погляду, і отримані результати були представлені такими тематичними працями, як «Велика Жовтнева соціалістична революція на Україні» та «Великий Жовтень на Україні (березень 1917 р. – лютий 1918 р.

Прикладом пропагандистської фальсифікації з боку російських істориків є постать С. Петлюри в національно-визвольних змаганнях 1917-1920-х рр. для забезпечення суверенітету України. Одним з них є біографічне видання В. Кроліва «Український народний герой Симон Петлюра» об‘єктивно в якому сфальсифіковано його життєвий шлях та політична кар‘єра. Зумисні перекручування діяльності С. Петлюри простежуються і в брошурах В. Винниченка «Винниченко проти Петлюри», та тритомному виданні «Відродження нації» в яких неправдиво оцінено політичні позиції С. Петлюри, а у «Заповіті борцям за визволення» дано вже негативну оцінку політичної діяльності Симона Петлюри.

Не обминули увагою автори перших публікацій революційної доби і гетьмана П. Скоропадського і для більшості з них притаманним є «перекручення» окремих подій і фактів доби Української революції 1917–1921 р. Причому вже тоді в історіографії почали формуватись два непримиренних напрямки, які і до сьогодні поділяють істориків на два табори: гетьманський і антигетьманський. До першого табору, наприклад, слід віднести брошуру О. Маляревського, а також статті В. Липинського, надруковані ще в 1918 р. [8, с. 30].

 ©|*V. V. Yakuba 2021*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Характеризуючи постать гетьмана П. Скоропадського, історик Я. Треф'яка наголошує, що його обрання на Центральній Раді 29 квітня 1918 р. відбувалося під впливом німецьких військ і такий опис подій є фальсифікацією. У книзі «Історія Росії» В. Врублевський та В. Хорошковський, вказують, що німецькі війська і Директорія з гетьманом П. Скоропадським були відкинуті військами Червоною Армією.

Серед українських військових діячів доби національно-визвольних змагань 1917–1921 рр. навряд чи знайдеться така ж сумнозвісна постать, як отаман О. Волох [19, с. 190]. Бурхлива кар'єра О. Волоха на українській військовій службі супроводжувалася злетами й падіннями, але організований ним збройний антиурядовий виступ, здійснений в найкритичніший для УНР час, назавжди зробив його ім'я синонімом зрадництва і дворушництва. Втім, незважаючи на таку лиху славу, про О. Волоха в історичній літературі написано мало, а про очолений ним заколот проти уряду УНР ще менше. І хоча згадки про виступ отамана О. Волоха містяться в усіх без винятку дослідженнях з історії визвольних змагань, в історіографії відсутній бодай узагальнюючий опис тих подій, незважаючи на наявність значного масиву мемуарних даних про перебіг заколоту. Лише М. Ковальчук, спираючись на спогади сучасників і архівні документи, спробував докладніше відтворити цю трагічну сторінку в історії національно-визвольних змагань [11, с. 19].

Підсумовуючи даний період слід сказати, що за своїми масштабами і суспільно-політичною значимістю Українська революція 1917–1921 рр. була феноменом історії і по праву зайняла помітне місце серед визвольних процесів Європи. В історії бувають різні явища, які часом повторюються, хоч із зрозумілих причин по-новому, бо відбуваються за нових обставин. Так, як і в 1917–1921 рр., Україна сьогодні, остаточно обравши, нарешті, європейський вектор розвитку, стоїть одночасно перед складними завданнями і захисту державної незалежності та територіальної цілісності від агресії з боку Росії, і творення та побудови цивілізаційного суспільства, в якому весь народ почуватиме себе комфортно.

Аналізуючи Голодомор, як навмисний геноцид або «тимчасові продовольчі труднощі» можна констатувати, що для цілісного його розуміння потрібно окремо досліджувати причини Голодомору 1932–1933 рр. та робити правдиві висновки. Як вже було сказано вище, за радянського періоду зміст історії України було змінено шляхом фальшування історичних фактів в інтересах комуністичної партії та навмисним «забуванням» певних історичних подій та постатей національної історії.

На законодавчому рівні в Україні кваліфікацію Голодомору, як акту геноциду, закріплено в Законі «Про Голодомор 1932–1933 років в Україні», що був прийнятий Верховною Радою 28 листопада 2006 р. Згідно цього закону, в статті 1 визначено, що штучно створений Голодомор 1932–1933 рр. є геноцидом українського народу. І цей Закон є основою для проведення детального масштабного дослідження цієї проблеми [15, с. 134].

Основними факторами, що спровокували Голодомор на Україні в 1932-1933 роках можна назвати рішення керівництва Радянського Союзу про продаж зерна за кордон для покриття іноземних кредитів і насильницьку колективізацію, але існуюча в 1930-х років політика колективізації в Україні була не підтримана населенням і селяни почали покидали колгоспи та забирали своє майно: худобу, інвентар, зароблене збіжжя. Протидіючи цим рухам, радянська влада прийняла 7 серпня 1932 р. постанову, яку прості люди назвали «Закон п'яти колосків» і згідно неї, все колгоспне майно ставало державним і за його розкрадання передбачалося кримінальне покарання [4, с. 13].

Крім того, держава мала право забирати у селян зерно, майно, були встановлені штрафи. 18 листопада 1932 року політбюро ЦК КП(б)У прийняв постанову про блокаду колгоспів, сіл, районів з метою вилучення продуктів, забороною торгівлі і підвозу товарів, забороною виїзду селян з сіл. У період з 1932 по 1933 рр. режим «чорних дощок» запроваджувався у 180 районах УСРР (25% районів) і він був спрямований знищення українського селянства, шляхом повного вилучення всіх продуктів харчування. 22 січня 1933 року була прийнята чергова Постанова ЦК ВКП(б) СРСР з підписами Сталіна і Молотова, яка не дозволяла українцям покидати голодуючі території, і такий режим не діях на жодній адміністративній одиниці СРСР. Сталін не визнавав факту існування голоду і відмовився приймати допомогу від закордонних українських громад та Міжнародного Червоного Хреста. Найбільше смертей від Голодомору в Україні припадає на червень 1933 р., адже тоді щодоби помирало 28 тисячі осіб, щогодини - 1168 осіб, щохвилини – 20 [5, с. 12].

Дослідження кількості людських смертей від Голодомору в Україні за 1932-1933 рр. проводяться і в наш час, але такі спроби ускладнені тим, що радянські керманичі приховували наслідки свого злочину. Адже було заборонено документувати справжню кількість смертей, але в даний час встановлено наявність таємних списків у сільських рад з переліком померлих в 1932–1933 роках і наведені там цифри більш ніж вдвічі вищі за офіційні дані. Крім того, було заборонено вказувати причиною смерті «голод», а тому писали такі діагнози, як «смерть від тифу», «виснаження», «від старості». Підсумовуючи кількість смертей від голоду, вчені сходяться на цифрі в 7 млн. осіб [7, с. 240].

У службовій документації партійно-радянських органів, яка мала гриф «особливо таємно», слово «голод» не вживалося. Як відзначив С. Кульчицький [14], «особливі папки» убезпечували владу від розмов у середовищі самого партгоспактиву і думок про допомогу голодуючим, яка зовсім не передбачалася. Отже, можна сказати, що замовчування голоду – один із механізмів геноциду. Влада ховала правду і для майбутніх дослідників: партійно-державна директива від 16 лютого 1933-го категорично дозволяла вести реєстрацію випадків набрякання та смерті від голоду лише органам ОДПУ. Як наголошують сучасні науковці, Постановою ЦК від 18 листопада 1932 було взято під постійний контроль діяльність 22 газет найважливіших хлібозаготівельних районів. Не допускалися туди й іноземні журналісти. Перлюструвалися листи.

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Війська блокували цілу республіку і окремі села. Облога голодоморного гетто доповнювалася інформаційною блокадою.

А. Сидорук стверджує, що в Україні стосовно подій Голодомору йде заміна національного поняття географічним, яке сильно звужує зміст проблеми. Він наголошує, що між поняттям «геноцид української народу», прийнятим Верховною Радою 2006 р. за наполяганням соціалістичної партії (комуністи і «регіонали» взагалі не голосували), і визначенням «геноцид української нації» існує суттєва різниця. Перше із погляду міжнародного права не може бути чинним апріорі, а відкинуте друге прямо відповідало б Конвенції ООН про геноцид.

Вітчизняні дослідники С. Кульчицький [15, с. 204], В. Марочко, В. В'ятрович дослідили причини і обставини замовчування та методи приховання владою правди про Голодомор за часів існування СРСР. Дж. Мейс, Ю. Шаповал, В. Марочко, С. Кульчицький висвітлили методи і форми дезінформації про українську катастрофу, які використали радянські спецслужби і проросійські наукові кола за кордоном. Зарубіжні історики українського походження О. Мотиль, Р. Сербин, журналіст А. Сидорук, політолог О. Палій виявили специфіку замовчування та фальсифікацій історії народної трагедії.

Вченими встановлено, що від голоду загинуло від 7 до 10 млн. чоловік. Голод завдав непоправного удару українській нації, її генетичному потенціалу, удару, наслідки якого відчувалися всі наступні роки і відчуваються в даний час. Згідно доповіді Інституту історії України Національної академії наук, соціально-демографічні та морально-психологічні наслідки голоду 1932-1933 рр. актуальні і по сьогоднішній день. Тоді на довгі десятиліття була підірвана матеріальна база українського села, зруйнована його виробнича і товарна інфраструктура, фізично знищені підприємницькі та ініціативні елементи, залякані цілі покоління українців, причому не тільки селян, зломлена воля всього українського народу до опору тоталітарній системі і до національного відродження.

Злочин Й. Сталіна і його підручних було навмисно приховано від світової спільноти, в Україні сама пам'ять про Голод була об'єктом репресій і табу, але ця пам'ять жила в поколіннях - як генетична пам'ять, що поселила в українцях страх і покірність, і як усна пам'ять - у вигляді переданих з покоління в покоління знань і спогадів про трагедію.

Для розуміння Голодомору, як штучно створеного геноциду, дуже важливим є його контекст. Тема Голоду 1932-1933 рр. увійшла в суспільно-політичну риторику в другій половині 1980-х років в яскраво вираженому антикомуністичному і антирадянському контексті.

В завершенні дослідження проаналізуємо українців, як колабораціоністів чи визволителів Європи від фашизму. Історія війни (як би вона не ідентифікувалась у національних історіографіях – Другої світової чи Великої Вітчизняної) належить до найбільш міфологізованих, зретушованих, відверто сфальсифікованих сторінок світової історії. Характерними ознаками радянського періоду дослідження вкладу українців в перемогу у Другій світовій війні є перебільшення керівної ролі компартії у розвитку всенародної боротьби проти німецько-фашистських загарбників. Головні ідеї, оціночні шаблони формувалися у Москві. Велика група радянських авторів заклала фундамент окремого історіографічного і полемічного напряму: критики значного вкладу українців в загальну перемогу над фашизмом.

Характерними рисами цієї псевдонаукової літератури були перекручення і фальсифікація історичних фактів, використання засобів компрометації ідеологічних противників, найперше намаганням довести спорідненість українського націоналізму з нацизмом та керованість ОУН-УПА з боку гітлерівської Німеччини. Саме тоді з подачі авторів декількох публікацій виникло відоме пропагандистське кліше «українсько-німецькі націоналісти». Усі прибічники української незалежності проголошувалися «колабораціоністами», «зрадниками», «запроданцями» і «найманцями» імперіалізму.

У сучасній українській історіографії приділяється значна увага правдивого висвітлення проблем окупації у дослідженнях таких вчених, як І.Г. Вєтрова та О.В. Потильчака, де описано експлуатацію трудових ресурсів України гітлерівською Німеччиною у роки окупації. П.В. Рекотов здійснив реконструкцію системи органів управління на окупованій території України. Цінними є роботи В.Ю. Короля про долі радянських військовополонених та становище інтелігенції під час окупації і її співпрацю з німецькою владою. Із цілої низки проблем історії окупації, які потребують дослідження, увагу українських істориків привертають духовне та культурне життя населення в роки окупації

Висловлювання президента РФ В. Путіна про те, що Росія перемогла б нацистську Німеччину і без України, викликали обурення у всіх українців, які воювали на полях Другої світової війни та нащадків тих, хто не повернувся з неї додому або помер згодом від ран. Такі висловлювання спрямовані на приниження українського народу, його подвигу, героїзму та жертв в боротьбі проти фашистських окупантів. Однак слід замітити, що з'єднаннях чотирьох Українських та двох Білоруських фронтів на 50–80 % складалися з мешканців України. Наприкінці 1943 р. серед офіцерів військово-повітряних сил нараховувалось 28 тис. українців за національністю, в бронетанкових і механізованих військах було 14136 українців. З 9,3 млн. нагород, одержаних до 1 листопада 1947 року представниками 133 народів та національностей СРСР, на українців припадало 1,7 млн. орденів та медалей.

Звання Героя Радянського Союзу отримали 2 069 уродженців України. З 940 бійців та командирів, які були удостоєні цього почесного звання, визволяючи нашу республіку, 668, або 2/3 було тих, для кого ця земля була рідною. Серед 113 двічі Героїв Радянського Союзу 32 народилися в Україні, а до числа тричі Героїв належить наш земляк – І. М. Кожедуб. Уродженці України становили значну частку вищого командного складу Збройних Сил СРСР. Під час війни або після її закінчення маршалами Радянського Союзу стали П. К. Кошовий, І. М. Кожедуб, А. І. Єрьоменко, Р. Я. Малиновський, К. С. Москаленко, П.

С. Рибалко, С. І. Руденко, 218 В. О. Судець, С. К. Тимошенко. Серед генералів та адміралів періоду війни близько 300 були представниками України. Маршали й генерали українського походження очолювали більше половини з 15 фронтів та командували 24 арміями, які діяли в період радянсько-німецької війни.

Висновки. В дослідженні розглянуто найбільш вагомі фальсифікації історичних подій більшовицьким режимом. Нами встановлено, що в інформаційній політиці РФ систематично фальсифікуються і замовчуються історичні факти і події, які свідчать про великий вклад України і народу в розгромі фашистської Німеччини у Другій світовій війні.

Аналіз національно-визвольних змагань 1917-1920-х рр. показав, що тривалий період радянські дослідники називали більшовицький переворот 1917 р. у Російській імперії пролетарською революцією формуючи думку про те, що ця революція була справедливою боротьбою селян та робітників з капіталістами і такий обман тривалий насаджувався у свідомість українців. Прикладом пропагандистської фальсифікації з боку російських істориків спостерігається при аналізі ролі постаті С. Петлюри в національно-визвольних змаганнях 1917-1920-х рр. для забезпечення суверенітету України [20, с. 77].

Окремо досліджено Голодомор в 1932-1933 рр., як навмисний геноцид або «тимчасові продовольчі труднощі». Сказано, що найбільше фальсифікацій робили науковці Інституту історії партії при ЦК КПУ. Слід наголосити, що погляди істориків того часу були не їх особистою думкою, а сформовані установками, що виконували завдання вищого партійного керівництва. Підтвердженням штучної фальсифікації Голодомору є значне поширення наукових публікацій на противагу повідомленням зарубіжних ЗМІ про досліджувані події.

Висловлювання президента РФ В. Путіна про те, що Росія перемогла б нацистську Німеччину і без України, викликали обурення у всіх українців і вони спрямовані на приниження українського народу, його подвигу, героїзму та жертв в боротьбі проти фашистських окупантів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрусишин Б.І. Культурно-освітній фактор у державотворчих процесах Української Народної Республіки доби Української Центральної Ради // Право України. 2017. №11. С. 117–134.
2. Бевз Т.А. Феномен «революції» у дискурсах мислителів, політиків, науковців. Монографія / Тетяна Бевз. К., 2012. 176 с.
3. Булгакова Н.В. Державна і наукова діяльність В.Вернадського у 1917 році // Інтелігенція і влада. Вип.26. Одеса, 2012. С. 195–203.
4. Василенко В. Голодомор 1932–1933 років в Україні: правова оцінка / В. Василенко // Дзеркало тижня. 2010. № 22. С. 12-13.
5. Василенко В. Кримінальна справа «Голодомор – 1932–1933»: правові колізії чи нехтування пам'яттю жертв? / В. Василенко // Дзеркало тижня. Україна. 2008. № 37. С. 12-13.
6. Винниченко В. Щоденник. Т.1.: 1911–1920. Едмонтон-Нью-Йорк, 1980. 500 с.
7. Голодомор 1932–1933 років в Україні: документи і матеріали / упор. Р. Я. Пиріг. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 1128 с.
8. Добко Т. Бібліографічні посібники з історії національно-визвольних змагань українського народу (1917–1921 рр.) (перша половина XX ст.) / Тетяна Добко, Олександр Дуднік. Бібліотечний вісник. 2017. № 6. С. 29–38.
9. Добко Т. Бібліографічні покажчики з історії національно-визвольних змагань українського народу 1917–1921 рр. (друга половина XX – початок XXI ст.) / Тетяна Добко. Бібліотечний вісник. 2018. № 1. С. 34–44.
10. Документи трагічної історії України (1917–1927 рр.) / Редактор-упорядник П.П. Бачинський. К.: Друкарня журналу «Охорона праці», 1999. 640 с.
11. Капелюшний В.П. Українська національнодемократична революція 1917–1921 рр. // Бібліотека «Часопису української історії». Серія «Історія України». Лекція 14. К., 2014. 40 с.
12. Капелюшний В. «Українська революція 1917–1921 років» у шкільних підручниках та навчальній літературі з історії України: історіографічні та загально-педагогічні аспекти // Етнічна історія народів Європи. 2017. Вип. 51. С. 65–70.
13. Капелюшний В.П., Коваль О.Ф. Незламна і нескорена: національна еліта в Українській революції 1917–1921 років. К.: «Інтерсервіс», 2018. 480 с.
14. Кульчицький С. Советская история войны была сфальсифицирована еще в процессе создания // Вечерние вести. 2005. 6–12 мая.
15. Кульчицький С. В. Голод 1932–1933 рр. в Україні як геноцид: мовою документів, очима свідків / С. В. Кульчицький. К. : Наш час, 2008. 300 с.
16. Лавський С. Про роль українців у Другій світовій війні [Електронний ресурс] / С. Лавський. 2014. Режим доступу: mena.org.ua/blog/pro-rol-ukrajintsiv-u-druhij- svitovij-vijny. Дата звернення – 17.04.21.
17. Лисенко О.Є. Друга світова війна як предмет наукових досліджень та феномен історичної пам'яті // УІЖ. 2004. № 5. С. 3–16.
18. Мірошниченко Ю. Р., Удовік С. Л. Русь-Україна: Становлення державності. В 2-х тт. Т. 2. К., 2011. С. 200–201.
19. Оберучев К.М. В дни революции. Воспоминания участника великой русской революции 1917 года. М., 2017. 320 с.
20. Петлюра С.В. Вибрані твори та документи / Уклад. Л.В.Голота. К.: «Довіра», 1994. 271 с.
21. Потильчак О.В. Економічний колабораціонізм в Україні в роки нацистської окупації (1941–1944): причини і прояви. К., 1997. 29 с.
22. Проблеми вивчення історії Української революції 1917–1921 років / В.Ф. Верстюк. Вип. 11. К.: Інститут історії України НАН України, 2015. 263 с.
23. Солдатенко В.Ф. Деміурги революції: нарис партійної історії України 1917-1920 рр. НВП «Видавництво «Наукова думка» НАН України, 2017. 748 с.
24. Удовик С.Л. Государственность Украины: истоки и перспективы / Сергей Удовик. К.: Ваклер, 1999. 208 с.
25. Яневський Д. Загублена історія втраченої держави / Данило Яневський. Харків: Фоліо, 2009. 252 с.

REFERENCES

1. Andrusyshyn B.I. (2017) Kuljturno-osvitnij faktor u derzhavotvorchykh procesakh Ukrajinsjkoji Narodnoji Respubliky doby Ukrajinsjkoji Centraljnoji Rady *Pravo Ukrajiny*. #11. S. 117–134.

2. Bevz T.A. (2012) Fenomen «revoljuciji» u dyskursakh myslyteliv, politykiv, naukovciv. Monoghrafija / Tetjana Bevz. K., 176 s.
3. Bulghakova N.V. (2012) Derzhavna i naukova dijaljnistj V.Vernadsjkogho u 1917 roci. *Intelighencija i vlada*. Vyp.26. Odesa, S. 195–203.
4. Vasylenko V. (2010) Gholodomor 1932–1933 rokiv v Ukrajini: pravova ocinka / V. Vasylenko. *Dzerkalo tyzhnja*. # 22. S. 12-13.
5. Vasylenko V. (2008) Kryminaljna sprava «Gholodomor – 1932–1933»: pravovi koliziji chy nekhtuvannja pam'jattju zhertv? / V. Vasylenko. *Dzerkalo tyzhnja.* Ukrajina. # 37. S. 12-13.
6. Vynnychenko V. (1980) Shhodennyk. T.1.: 1911–1920. Edmonton-Njju-Jork. 500 s.
7. Gholodomor 1932–1933 rokiv v Ukrajini: dokumenty i materialy / upor. R. Ja. Pyrigh. K.: Vyd. dim «Kyjevo-Moghyljansjka akademija», 2007. 1128 s.
8. Dobko T. (2017) Biblioghrafichni posibnyky z istoriji nacionaljno-vyzvoljnykh zmaghanj ukrajinsjkogho narodu (1917–1921 rr.) (persha polovyna KhKh st.) / Tetjana Dobko, Oleksandr Dudnik. *Bibliotechnyj visnyk.* # 6. C. 29–38.
9. Dobko T. (2018) Biblioghrafichni pokazhchyky z istoriji nacionaljno-vyzvoljnykh zmaghanj ukrajinsjkogho narodu 1917–1921 rr. (drugha polovyna KhKh – pochatok KhKhI st.) / Tetjana Dobko. *Bibliotechnyj visnyk.* # 1. S. 34–44.
10. Dokumenty traghichnoji istoriji Ukrajiny (1917–1927 rr.) / Redaktor-uporjadnyk P.P. Bachynsjkyj. K.: Drukarnja zhurnalu «Okhorona praci», 1999. 640 s.
11. Kapeljushnyj V.P. (2014) Ukrajinsjka nacionaljnodemokratychna revoljucija 1917–1921 rr. *Biblioteka «Chasopysu ukrajinsjkoji istoriji*». Serija «Istorija Ukrajiny». Lekcija 14. K., 40 s.
12. Kapeljushnyj V. (2017) «Ukrajinsjka revoljucija 1917–1921 rokiv» u shkiljnykh pidruchnykakh ta navchaljnij literaturi z istoriji Ukrajiny: istorioghrafichni ta zaghaljno-pedaghoghichni aspekty. *Etnichna istorija narodiv Jevropy.* Vyp. 51. S. 65–70.
13. Kapeljushnyj V.P., Kovalj O.F. (2018) Nezlamna i neskorena: nacionaljna elita v Ukrajinsjkij revoljuciji 1917–1921 rokiv. K.: «Interservis». 480 s.
14. Kuljchycjkyj S. (2005) Sovetskaja ystoryja vojnы bыla sfaljsyfycyrovana eshhe v processe sozdanyja. *Vechernye vesty*.. 6–12 maja.
15. Kuljchycjkyj C. V. (2008) Gholod 1932–1933 rr. v Ukrajini jak ghenocyd: movoju dokumentiv, ochyma svidkiv / C. V. Kuljchycjkyj. K. : Nash chas. 300 s.
16. Lavsjkyj S. (2014) Pro rolj ukrajinciv u Drughij svitovij vijni [Elektronnyj resurs] / S. Lavsjkyj. Rezhym dostupu: mena.org.ua/blog/pro-rol-ukrajintsiv-u-druhij- svitovij-vijny. Data zvernennja – 17.04.21.
17. Lysenko O.Je. (2004) Drugha svitova vijna jak predmet naukovykh doslidzhenj ta fenomen istorychnoji pam'jati // UIZh. # 5. S. 3–16.
18. Miroshnychenko Ju. R., Udovik S. L. (2011) Rusj-Ukrajina: *Stanovlennja derzhavnosti*. V 2-kh tt. T. 2. K. S. 200–201.
19. Oberuchev K.M. (2017) V dny revoljucyy. Vospomynanyja uchastnyka velykoj russkoj revoljucyy 1917 ghoda. M.. 320 s.
20. Petljura S.V. (1994) Vybrani tvory ta dokumenty / Uklad. L.V.Gholota. K.: «Dovira». 271 s.
21. Potyljchak O.V. (1997) Ekonomichnyj kolaboracionizm v Ukrajini v roky nacystsjkoji okupaciji (1941–1944): prychyny i projavy. K.. 29 s.
22. Problemy vyvchennja istoriji Ukrajinsjkoji revoljuciji 1917–1921 rokiv / V.F. Verstjuk. Vyp. 11. K.: Instytut istoriji Ukrajiny NAN Ukrajiny, 2015. 263 s.
23. Soldatenko V.F. (2017) Demiurghy revoljuciji: narys partijnoji istoriji Ukrajiny 1917-1920 rr. *NVP «Vydavnyctvo «Naukova dumka» NAN Ukrajiny*. 748 s.
24. Udovyk S.L. (1999) Ghosudarstvennostj Ukraynы: ystoky y perspektyvы / Serghej Udovyk. K.: Vakler. 208 s.
25. Janevsjkyj D. (2009) Zaghublena istorija vtrachenoji derzhavy / Danylo Janevsjkyj. Kharkiv: Folio. 252 s.

Consequences of "good neighborhood"

V. V. Yakuba

Abstract. The most significant falsifications of historical events by the Bolshevik regime are considered and it is established that the information policy of the Russian Federation systematically falsifies and conceals historical facts and events that testify to the great contribution of Ukraine and its people to the defeat of Nazi Germany in World War II. An analysis of the national liberation struggles of 1917-1920 showed that for a long time Soviet researchers called the 1917 Bolshevik coup in the Russian Empire a proletarian revolution, forming the view that this revolution was a just struggle between peasants and workers against the capitalists. time was implanted in the minds of Ukrainians. The Holodomor in 1932-1933 was studied separately as a deliberate genocide or "temporary food shortages."

Keywords: *Falsification of historical events, Holodomor of 1932-1933, victory over fascism, Ukrainian insurgent army, national liberation struggles of 1917-1920.*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

MANAGEMENT

Modeling the competencies of a top manager as part of a management team

D. S. Korolov

Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Severodonetsk, Ukraine
Corresponding author. E-mail: Deniskorolov@ukr.net

Paper received 11.03.21; Accepted for publication 10.04.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-08

Abstract. The article substantiates that special attention should be paid to the level of development of competencies, managers, contributing to the achievement of team results when assessing the competencies of team members in the top management of a company. The adapted "20 faces" competency framework of top managers of the company was clarified by assigning different weights to competencies, whose high level of development is a prerequisite for effective activity of a manager as part of a team. An expert survey of specialists was conducted, according to the results of which the importance of competencies aimed at obtaining a team result, well-coordinated work and obtaining a synergistic effect from the team cooperation of the company's top managers was confirmed. The aggregate indicator of the level of development of top managers' competencies was clarified by taking into account the weighting factors, which were determined as a result of an expert survey.

Keywords: *competency-based approach, top manager, competency framework, expert assessment, weight coefficient, aggregate indicator.*

Introductory paragraph. Compliance with the competency framework for a specific job position in a specific company is a prerequisite for the effective performance of employees' professional duties. The degree of inconsistency of the employee with the competency framework allows the company's management to draw conclusions about the advisability of holding this position or the need to develop specific competencies through training, skills upgrade, gaining professional experience, etc. Where the study examines the competencies of top managers, the compliance of employees with the competency framework of the top-level management position directly affects not only the quality of performance of direct professional duties, but also affects the efficiency of the company as a whole. Because of these reasons the competency framework of the company's top manager should be comprehensive, it should take into account the specifics of activities in senior management positions and create an opportunity for a reasonable assessment of the employee's compliance with the requirements of a specific position and corporate values.

Succinct overview of publications for the topic. On a gross scale, a competency framework is understood as a set of individual competencies that an employee must possess in order to perform functions in a specific position in a specific organization. A competency framework contains various knowledge, abilities, skills, personal characteristics, the main requirement for which is the ability to describe them through a system of behavior indicators [1]. The competency framework helps to clearly define the professional and behavioral requirements for an employee, depending on his managerial level, profession, position and tasks [2]. Since different competencies have different significance for ensuring the successful professional activity of an employee depending on the position, individual competencies can be assigned a different weight in the total set with its total value of 100%, or a unit [1, p. 71]. In order to increase the framework efficiency, individual competencies that make up its composition are combined into clusters (blocks, groups) based on kinship [2].

In the selection process for vacant positions, companies began to use the model of D. McClelland [3], which was proposed in the framework of the motivational theory of needs, and the tool for modeling the managerial competence of L. Spencer and S. Spencer [4]. As well as, the competency framework of managers "20 faces" of the ADC company has become widespread [5], which contains 20 competencies important for the activity of a manager, which are divided into 5 groups based on similarity: management skills, internal motivation, decision-making skills, personal qualities, interpersonal interaction skills. The author in his work [6] provided recommendations for clarifying structure and elemental composition in order to adapt the "20 faces" framework to assessing the competencies of top managers. Based on the clarifications provided, a competency framework for top managers of the company was proposed, which provides for the allocation of 6 groups of competencies – K1 "Personal qualities", K2 "Internal motivation", K3 "Management skills", K4 "Decision-making skills", K5 "Interpersonal interaction skills", K6 "Professional competencies". Each of the competency groups consists of 4 competencies, the level of development of which makes it possible to assess the compliance of the top-level manager with the requirements of the position held. The set of competencies of "20 faces" adapted framework (both in the sense of the selected groups and their specific components) is formed in such a way that they provide a fundamental assessment of the degree of conformity of an employee to the position held at the top level of company management. Anyway, taking into account the task of forming teams in the top management of the company, it would be advisable to introduce further changes in the "20 faces" framework in such a way as to offer the most effective tool for assessing the effectiveness of cooperation between top managers in the team.

The purpose of the article is to develop an approach to modeling and assessing the competencies of top managers as part of a management team

Materials and methods. Analysis and synthesis methods are used to systematize the competence requirements

 ©D. S. Korolov 2021

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

of the company's top managers as part of a team; statistical analysis method - to verify the results of expert assessment of the significance of top managers competencies; mathematical modeling method - to formalize the aggregate indicator of the level of competence development of company top managers as part of the management team.

Results. The rationale for developing an approach to assessing the competence of top-level managers is understanding the key difference between individual professional activities and the inclusion of a top manager in the management team. In particular, teamwork is impossible without the observance by its participants of common values, cooperation and partnership, a high level of cohesion and collective responsibility for the results. Members of the management team must act together, coordinate their work and focus on achieving a common goal. Therefore, we believe that the emphasis in assessing the competencies of team members in the top management of the company should not be to determine the level of their compliance with their positions, since the fact that managers belong to the top management level is already evidence of their high professionalism and career success. In this case, attention should be focused on assessing the level of the managers competencies development that contribute to the achievement of a team result even due to the neglect of individual achievements, and are in the sphere of not so much professional as personal competencies. In the furtherance of this goal, it is proposed to introduce additional clarifications in the "20 faces" adapted model of company top managers competencies by assigning different weights to competencies, a high level of development of which is a prerequisite for effective activity of a manager as part of a team.

In order to identify the most significant top managers' competencies from the point of view of ensuring the effectiveness of the management team, 30 representatives of the highest management level of domestic companies of various forms of ownership, scope and scale of activity were interviewed. The purpose of the interview was to form a competency model for a top manager as part of a management team based on the ranking of groups of competencies and individual competencies in their composition in terms of their significance for ensuring the effectiveness of teamwork. The essence of the interview was the provision by experts, in the role of which were top-level managers, assessments of the competency groups (stage 1 of the procedure) and competencies within each of the groups of the competency model (stage 2 of the procedure), which indicate the significance of a specific group of competencies / specific competence of the top manager to ensure the effective functioning of the management team. The assessment of the competencies groups significance, according to their number, was carried out in the range from 1 (the minimum assessment, the group of competencies is the least important) to 6 (the maximum assessment, the group of competencies is the most important). The assessment of the significance of specific competencies in each of the groups was provided in the range from 1 (minimum assessment, competence is the least important) to 4 (maximum assessment, competence is the most important).

At the first stage, the assessment procedure was subject to the significance of the competence groups of top managers to ensure the effectiveness of the management team, the results of which are presented in Table 1. Based on the calculation of statistical values, the obtained results were verified and it was confirmed that the deviations in the values of expert estimates correspond to the normal distribution law, which allows us to consider the results of the expert evaluation procedure as mutually consistent.

The results of the expert assessment create the basis for ranking the groups of competencies according to their significance from the point of view of ensuring the effectiveness of the team of company top managers, and assigning them weight coefficients (Table 2). The calculation of the weight coefficient for each of the groups of competencies is carried out according to the formula:

$$\alpha_i = \frac{Z_i}{\sum_{i=1}^{k} Z_i}, \quad (1)$$

where α_i – weight coefficient of a group of competencies in the general set; Z_i – the number of points received by the competency group; k – number of competency groups.

The assignment of significance ranks to competency groups is carried out in descending order of weight coefficients in the general set - from 1 (maximum significance rank) to 6 (minimum significance rank).

Table 1. Results of experts' assessment of the significance of competency groups of top managers in the management team

Competence group code	The number of experts who provided an appropriate assessment of the significance of a group of competencies (1 – min, 6 – max)						Total number of experts
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	
"Personal qualities"							
К1	8	10	5	4	2	1	**30**
"Internal motivation"							
К2	12	7	5	3	2	1	**30**
"Management skills"							
К3	5	6	9	5	3	2	**30**
"Decision-making skills"							
К4	3	3	5	8	6	5	**30**
"Interpersonal interaction skills"							
К5	0	1	3	4	6	16	**30**
"Professional competencies"							
К6	2	3	3	6	11	5	**30**

Source: compiled by the author based on [7, p. 343-344]

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Table 2. The results of ranking the competency groups of top managers in the management team by significance

Significance factors	**Competency groups**					
	K1	**K2**	**K3**	**K4**	**K5**	**K6**
Weight coefficient α_i	12	11	14	18	25	20
Significance rank	5	6	4	3	1	2

It is necessary to analyze the results of the expert survey in terms of assessing the importance of the K1-K6 competency groups in ensuring the effectiveness of the team of company top managers.

It should come as no surprise that the maximum (first) rank of significance as a result of summarizing the assessments of experts was obtained by the group of competencies K5 "Interpersonal interaction skills" (weight coefficient - 25%), which was given the maximum assessment by more than half of the experts (16 out of 30 people). It is the manager's possession of the competencies of the relevant group (which includes, among other things, the competence K54 "Teamwork skills") that determines his ability to neglect individual interests and needs to ensure the effectiveness of team work. Possession of this group competencies is of particular importance for top-level managers, since, by default, representatives of the company's top management are highly qualified and knowledgeable employees, have a number of personal and professional achievements, have personalized knowledge and experience, which can lead to unwillingness to listen to other people's opinions and rejection of criticism. Without the desire of team members for mutual understanding, loyalty to opponents and the ability to sacrifice their own ambitions in favor of the overall result, the effective functioning of the top managers team is impossible, which causes the highest rank of competence of the "Interpersonal interaction skills" group. It should be noted that several experts assigned the maximum score (and, accordingly, the maximum significance rank) to other groups of competencies. Such assessments indicate an understanding of the significance of both managerial and professional skills to ensure the effectiveness of the company's top management team.

The second rank of significance according to the results of the expert assessment was given to the group of competencies K6 "Professional competences" (weight coefficient - 20%), which was given the corresponding assessment by 12 out of 30 experts. This result confirms the understanding of the need for team members to possess professional skills to ensure a synergistic effect of a team of top managers as a result of a combination of professional competencies of various profiles. Although it should be noted that there is no absolute agreement between experts regarding the significance of professional competencies in ensuring a team result - a sufficiently large number of survey participants assigned this group of competencies the third, fourth, fifth and even sixth (last) significance rank.

Group K4 "Decision-making skills" received the third place in importance among the groups of competencies (weight coefficient - 18%). This group includes competencies that assess the ability of a manager to structurally analyze problems (K41), collect and process information (K42), commercial thinking (K43) and its consistency (K44). Obviously, the possession of these competencies can be considered as a prerequisite for the effective activity of a manager, regardless of whether it is of an individual or team nature. This fact can explain the rather high (3rd) rank of significance, which the group of competencies K4 "Decision-making skills" received according to expert assessments.

The fourth rank of significance was assigned by the majority of its experts (9 people) to the competence group K3 "Management skills" (weight coefficient - 14%). In this case, we can also talk about the relative, and not the absolute majority of specialists who adhere to this opinion, since a fairly significant number of experts consider manager skills as competencies of the third, fifth and sixth ranks of significance from the point of view of ensuring the effectiveness of the team. In our opinion, such a significant difference in assessments can be explained by the doubtful understanding of the role of management skills of team members precisely in the case of their belonging to the top management of the company. Namely, in the case of creating a team, which includes representatives of different levels of management, it can reasonably be considered that the key is the role of competencies associated with planning joint activities (K31), delegation of authority (K32), development of subordinates (K33) and effective leadership (K34). If we are talking about a team of top managers, all members of which belong to the top management of the company, it is not the ability to manage subordinates that is of great importance, but, on the contrary, the understanding of the same (high) status of the team members, and the ability to make compromises to achieve a common result.

Finally, the two lowest ranks (fifth and sixth) according to the results of the expert assessment were received by the groups of competencies K1 "Personal qualities" and K2 "Internal motivation". The weight coefficients of these groups of competencies in terms of ensuring the performance of the top management team turned out to be almost the same - 12% and 11%, respectively. The corresponding results (both in terms of the similarity of assessments and the low rankings obtained) can be explained by the similarity of these groups of competencies in essence and their focus on obtaining an individual result due to their own system of motivators, the development of personal qualities and professional growth. The priority in terms of the obtained rank of the K1 group is obviously due to the presence in this group of personal competencies that are important for teamwork - first of all, stress resistance (K11) and adaptability (K12).

Ranking of competency groups and assigning weight coefficients to them is the result of the first stage of the expert assessment procedure in order to form a competency model for a top manager as part of a management team. At the second stage, the assessment procedure from the point of view of importance for ensuring the effective functioning of the team is subject to individual competencies within each of the 6 competency groups of the "20

faces" adapted framework. The assessment of the importance of specific competencies in each of the groups was provided in the range from 1 (minimum assessment, the least importance) to 4 (maximum assessment, the most importance). The results of experts' assessment of the significance of individual competencies of top managers in the management team are presented in Table 3.

In equivalent to the ranking of competency groups, the ranks of the importance of individual competencies can be determined from the point of view of ensuring the effectiveness of the team of top managers of the company, and weight coefficients can be assigned to them (Table 4). The assignment of significance ranks to competencies within the corresponding groups is carried out in descending order of weight coefficients in the general set - from 1 (maximum significance rank) to 4 (minimum significance rank). A brief analysis of the results of the expert survey should be carried out in terms of assessing the importance of individual competencies in ensuring the effectiveness of the team of top managers.

Competencies of the K1 "Personal qualities" group. The maximum (first) rank of significance as a result of summarizing the assessments of experts was obtained by the competence K11 "Stress resistance" (weight coefficient - 31%), which was given the highest rating by 13 out of 30 experts. Further, in descending order of importance, are the competences K12 "Adaptability", K13 "Responsibility and organization" and K14 "Positive thinking" (respectively, 27%, 24% and 18%). The assignment by experts of the maximum rank of competence K11 can be explained by the importance of emotional self-control in conflict situations that can arise in the management team when solving common problems. The same considerations can explain the assignment of the second most important rank of significance to the competence K12 "Adaptability".

Competencies of the K2 "Internal motivation" group. The first rank of significance from the point of view of ensuring the effectiveness of the team of top managers was given to the K21 "Initiative" competency (weight coefficient - 28%), although most experts assigned the highest rating to the K23 "Focus on long-term results" competency (weight coefficient - 27%). In any case, both of these competencies are more important for well-coordinated teamwork than K22 "Orientation to incentives and motivators" and K24 "Development of personal skills and professional growth" (weight coefficient - 23% and 22%, respectively), which are focused primarily on self-improvement and personal achievements of a manager.

Table 3. Results of experts' assessment of the significance of individual competencies of top managers in the management team

Competency code	Competency name	The number of experts who gave an appropriate assessment of the significance of competence (1 –min, 4 – max)				Total number of experts
		1	**2**	**3**	**4**	
Competencies of the K1 "Personal qualities" group						
K11	Stress resistance	3	5	9	13	**30**
K12	Adaptability	5	7	10	8	**30**
K13	Responsibility and organization	8	9	7	6	**30**
K14	Positive thinking	14	9	4	3	**30**
Competencies of the K2 "Internal motivation" group						
K21	Initiative	5	6	10	9	**30**
K22	Orientation to incentives and motivators	8	11	6	5	**30**
K23	Focus on long-term results	6	6	8	10	**30**
K24	Development of personal skills and professional growth	11	7	6	6	**30**
Competencies of the K3 "Management skills" group						
K31	Planning and organization of activities	4	6	7	13	**30**
K32	Delegation of powers and distribution of responsibilities	6	8	9	7	**30**
K33	Development of subordinates in accordance with the goals of the company	7	7	9	7	**30**
K34	Effective leadership	13	9	5	3	**30**
Competencies of the K4 "Decision-making skills" group						
K41	Structural analysis of problems	6	6	7	11	**30**
K42	Collection and processing of relevant information	7	6	6	11	**30**
K43	Commercial thinking (profit orientation)	9	10	8	3	**30**
K44	Systematic thinking	8	8	9	5	**30**
Competencies of the K5 "Interpersonal interaction skills" group						
K51	Empathy (interpersonal understanding)	12	14	3	1	**30**
K52	Ability for persuasive communication	2	4	18	6	**30**
K53	Creation of a favorable socio-psychological climate	16	11	2	1	**30**
K54	Teamwork skills	0	1	7	22	**30**
Competencies of the K6 "Professional competencies" group						
K61	Compliance with professional education and experience of the position	2	2	8	18	**30**
K62	Ability to use professional knowledge in the company's activities	7	9	10	4	**30**
K63	Ability to transfer knowledge (professional mentoring)	10	11	6	3	**30**
K64	Attitude towards professional qualifications and their effectiveness	11	8	6	5	**30**

Source: compiled by the author based on [7, p. 343-344]

Competencies of the K3 "Management skills" group. The most significant as a result of the expert assessment

in this group was the competence K31 "Planning and organization of activities" (weight coefficient - 30%). Experts consider competences K32 "Delegation of powers and distribution of responsibilities" and K33 "Development of subordinates in accordance with the goals of the company" as practically equally important from the point of view of ensuring the team result (significance is 26% and 25%, respectively). The assignment of the minimum rank of significance to the competence K34 "Effective leadership" (weight coefficient - 19%) is due to the inexpediency of striving for leadership and demonstrating the relevant qualities in the team of top managers as people of a priori high status.

Competencies of the K4 "Decision-making skills" group. The weight coefficients of the competencies of this group in the general set were distributed quite evenly - from the maximum value of 28% (competence K41 "Structural analysis of problems") to the minimum 22% (competency K43 "Commercial thinking"). The competence K42 "Collection and processing of relevant information" also has a fairly high weight coefficient at the level of 26%, which, according to experts, has the second rank of significance. This distribution of weight coefficients indicates the importance of analytical skills and skills in working with large amounts of information to ensure the effectiveness of the team of top managers of the company.

Competencies of the K5 "Interpersonal interaction skills" group. It is worth reminding that this group of competencies, based on the results of an expert assessment, received the first rank of significance among other groups with a correspondingly maximum weight coefficient at the level of 24%, which is explained by the decisive role of interpersonal interaction skills in achieving the goals of teamwork. It is predictable that the first rank of significance within this group has competence K54 "Teamwork skills" with an extremely high weight coefficient of 37%. Also, a fairly high weight coefficient at the level of 29% was assigned to the K52 competence "Ability for persuasive communication", which is certainly important for achieving mutual understanding between team members. The weight coefficients of the last two competencies in this group turned out to be quite low, amounting to 18% (competence K51 "Empathy") and 16% (K53 "Creating a favorable socio-psychological climate").

Table 4. Results of ranking the competencies of top managers in the management team by significance

Significance indicators	**Competencies in groups**			
Competencies of the K1 "Personal qualities" group				
	K11	**K12**	**K13**	**K14**
Weight coefficient α_i (%)	31	27	24	18
Significance rank	1	2	3	4
Competencies of the K2 "Internal motivation" group				
	K21	**K22**	**K23**	**K24**
Weight coefficient α_i (%)	28	23	27	22
Significance rank	1	3	2	4
Competencies of the K3 "Management skills" group				
	K31	**K32**	**K33**	**K34**
Weight coefficient α_i (%)	30	26	25	19
Significance rank	1	2	3	4
Competencies of the K4 "Decision-making skills" group				
	K41	**K42**	**K43**	**K44**
Weight coefficient α_i (%)	28	26	22	24
Significance rank	1	2	4	3
Competencies of the K5 "Interpersonal interaction skills" group				
	K51	**K52**	**K53**	**K54**
Weight coefficient α_i (%)	18	29	16	37
Significance rank	3	2	4	1
Competencies of the K6 "Professional competencies" group				
	K61	**K62**	**K63**	**K64**
Weight coefficient α_i (%)	34	23	21	22
Significance rank	1	2	4	3

Source: compiled by the author

Competencies of the K6 "Professional competencies" group. Finally, by analyzing the values of the weight coefficients of competencies in this last group, we can attest to the prevalence of the significance of one competence over others. In particular, the competence K61 "Compliance with professional education and experience of the position held" (weight coefficient 34%) received a great advantage, which confirms the importance of the correspondence of the knowledge of the top manager to his high status in the company management system. The weight coefficients of other competencies in this group in the general set do not differ significantly among themselves, and are, respectively, 23% (K62 "Ability to use professional knowledge in the company's activities"), 22% (K64 "Attitude towards professional qualifications and their effectiveness") and 21% (K63 "Ability to transfer knowledge, or professional mentoring").

Summing up the analysis of the importance of individual competencies and groups of competencies as part of "20 faces" adapted framework from the point of view of

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

ensuring the effectiveness of the team of top managers of the company, we can confirm the importance of competencies aimed at obtaining a team result, well-coordinated work and obtaining a synergistic effect from cooperation of managers.

The outlined approach to modeling competencies creates an opportunity for practical assessment of the competence-based compliance of top managers with the requirements for members of the management team. It ought to be noted that the advantage of the proposed approach is the introduction of weight coefficients for individual competencies and their groups, taking into account the importance of ensuring the effective functioning of top managers team. According to this criterion, on the results of the expert assessment procedure, the maximum significance ranks and high weight coefficients were obtained by competencies that reflect the manager's ability to coordinate teamwork, understanding the priority of the overall result over the individual one and the possibility of adhering to a compromise line of behavior in a team of employees of the same high status.

The recognition by experts of varying degrees of the contribution of individual competencies and their groups to ensuring the effectiveness of the team of top managers creates grounds for clarifying the aggregate indicator of the level of development of top managers competencies [6, p. 44] by taking into account the weight coefficients that were determined as a result of an expert assessment:

$$I_K = [\frac{1}{N}\sum_{j=1}^{N} y_j \frac{1}{M_j}\sum_{i=1}^{M_j} x_{ij}k_{ij}\,] * 100\%, \qquad (2)$$

where I_K – aggregate indicator of the level of competence development of top managers of the company as part of the management team; N – number of competency groups ($N = 6$); M_j – number of competencies in the j-th group ($M_j = 4$); k_{ij} – assessment of the i-th competence in the j-th group ($k_{ij} = 0, \ldots, 4$); x_i – the weight coefficient of the i-th competence in the j-th group; y_j – the weight coefficient of the j-th group of competencies.

Conclusions. The proposed approach to modeling competencies created an opportunity for practical assessment of the competence-based compliance of top managers with the requirements for members of the management team. The methodology correction for calculating the aggregate indicator of the level of development of competencies will make it possible to more objectively assess the competence of a top manager as a member of the management team due to the presence of higher weight coefficients of competencies and their groups, which are the most significant from the point of view of ensuring the team result from the cooperation of the company top-level officials.

LITERATURE

1. Пуляева В.Н. Формирование модели компетенций управленческого персонала предприятия на основе принципов сервисного менеджмента. Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2014. № 3. Т. 8. С. 69-77.
2. Турчак В.В., Олійник Л.Г. Управління людськими ресурсами на основі моделі компетенцій. Вісник Хмельницького національного університету. 2018. № 3. Т. 1. С. 75-79.
3. McClelland D.C. Testing for Competence Rather Than for «Intelligence». American Psychologist. 1973. Vol. 28. pp. 1-14.
4. Spencer L.M., Spencer S.M. Competence At Work: A Model for Superior Performance. New Jersey: John Wiley & Sons, 1993. 388 p.
5. Кожан Т.О. Визначення видів компетенцій менеджера з персоналу. Соціально-трудові відносини: теорія та практика. 2013. № 2. С. 98-104.
6. Корольов Д.С. Адаптація моделі «20 граней» до оцінювання компетенцій топ-менеджменту. Науковий вісний Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2020. Вип. 37. С. 40-45.
7. Довгань Л.Є., Ведута Г.А, Мохонько Л.Л. Технології управління людськими ресурсами. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 512 с.

REFERENCES

1. Pulyaeva, V.N. Formation of a model of competencies of the management staff of the enterprise on the basis of the principles of service management. Bulletin of the Association of Universities of Tourism and Service. 2014. № 3. T. 8. pp. 69–77.
2. Turchak, V.V, Oliynyk, L.G. Human resource management based on the competency model. Bulletin of Khmelnytsky National University. 2018. № 3. T. 1. pp. 75–79.
3. McClelland, D.C. Testing for Competence Rather Than for «Intelligence». American Psychologist. 1973. Vol. 28. pp. 1-14.
4. Spencer, L.M., Spencer, S.M. Competence At Work: A Model for Superior Performance. New Jersey: John Wiley & Sons, 1993. 388 p.
5. Kozhan, T.O. Defining the types of competencies of the personnel manager. Social and labor relations: theory and practice. 2013. № 2. pp. 98–104.
6. Korolov, D.S Adaptation of the "20 faces" model to the assessment of top management competencies. Scientific Spring of Kherson State University. Series: Economic Sciences. 2020. Vip. 37. pp. 40-45.
7. Dovgan, L.E, Veduta, G.A, Mokhonko, L.L Human resource management technologies. K .: KPI them. Igor Sikorsky, 2018. 512 p.

Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, IX(46), I.: 254, 2021 Jun. www.seanewdim.com
The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

PHILOSOPHY

Комунікативний дискурс у становленні деліберативного суспільства

В. І. Кудлач

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна
Corresponding author. E-mail: vira2566@ukr.net

Paper received 06.05.21; Accepted for publication 25.05.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-09

Анотація. У статті досліджено актуальність комунікативного дискурсу в період формування та розвитку сучасного деліберативного суспільства. Обґрунтовано взаємозв'язки між філософією дискурсу та комунікативною філософією, проаналізовано етапи їхнього утвердження. Розглянуто сучасні прояви комунікативного підходу до різних соціо-культурних практик. Визначено медіацію та діалог базовими комунікативними технологіями. Гуманітарно-моральне осмислення комунікативного дискурсу допоможе у визначенні та розв'язанні суперечностей шляхом відкритості та обговорення, що відповідають потребам, інтересам та цілям сучасного суспільства.

Ключові слова: *дискурс, філософія дискурсу, комунікативна філософія, деліберативне суспільство, діалог.*

Складність сучасного суспільства зумовлена трансформаційними процесами, зростанням ролі таких технологічних явищ, як глобалізація, інформатизація, віртуалізація простору комунікації. Фундаментальні теоретичні основи комунікації розглядаються сьогодні багатьма гуманітарними науками, оскільки дедалі зростає соціальна мобільність, змінюється динаміка життя, розширюється спектр людських взаємин. Бурхливий ритм сучасної цивілізації, невпинний розвиток електронних інформаційних засобів поєднують людей різних країн, національностей, конфесійних і культурних орієнтацій. Саме через відкритість комунікацій, можливість обговорення будь-якої проблеми суспільство назване деліберативним.

Дослідження різноманітних методів і підходів комунікативного дискурсу сприяє осягненню нових горизонтів мислення та наукової діяльності, окресленню можливих сценаріїв виходу з кризових ситуацій та досягнення порозуміння, трансляції світоглядних, ціннісних, методологічних настанов у період формування деліберативного суспільства. Потреба в історико-філософській рефлексії та аналізі комунікативних стратегій дозволить сформувати цілісне бачення природи комунікативного дискурсу, його ролі і значення в процесі пізнання та суспільної життєдіяльності.

Філософські аспекти комунікативного процесу пізнання були предметом уваги ще у філософії Сократа та Аристотеля. Дослідження наукової комунікації як різновиду соціальної взаємодії з урахуванням сучасних тенденцій розвитку представлено у працях М. Полані, П. Бурдьє, Т. Куна, Б. Латура, Р. Харре, О. Видріна, І. Касавіна, А. Антоновського, М. Соболєва, А. Соколова та ін. Новий напрям комунікативної філософії започаткували вчені К.-О. Апель, Ю. Габермас, Д. Бьоллер, В. Кульман. Вивченню комунікативних процесів присвячені роботи українських науковців А. Єрмоленка, О. Висоцької, Є. Бистрицького, Н. Поліщук, Ю. Ткачової та ін.

Термін «дискурс» походить від латинського «обговорення», «переговори», до нього додавалися й такі відтінки смислу, як можливість говорити про суспільні речі відповідно до їхньої природи. Дискурс – це текст, «занурений у життя», «мова у житті», тобто текст як результат цілеспрямованої соціальної дії, як фокус дій мовних і мовленнєвих, соціокультурних і прагматичних, когнітивних і психологічних факторів. Це не просто мовне чи мовленнєве формоутворення, а тотальне культурне явище: технологія комунікації, переплетіння мовних взаємодій агентів комунікативного процесу, живе середовище спілкування, яке створює нові фізичні дії, ментальні й психічні продукти [1, с. 136].

У сучасній теорії комунікації й дискурсології термін «дискурс» вживається в різних значеннях, що дає змогу вченим вказувати на його полісемію та стверджувати про «розмитість» його понятєвих меж [2; 4]. Численні теорії дискурсу ХХ ст. належать до двох напрямів. Представники німецької школи, опираючись на І. Канта і англо-американські теорії мовних актів, формулювали етичні принципи дискурсу в рамках теорії комунікативної дії. Французька школа дискурс-аналізу об'єднувала критику раціональності Ф. Ніцше і М. Хайдеггера з неоструктуралізмом у постмодерністській традиції, ототожнюючи дискурс із феноменом влади. Ю. Хабермас розглядав дискурс як тип мовної комунікації, що передбачає раціональне критичне осмислення цінностей, норм, правил соціального життя з єдиною метою – досягнення взаємного розуміння. Однак справжнього філософського звучання термін набув завдяки роботам М. Фуко. «Дискурсія» розуміється ним як складна сукупність мовних практик, що беруть участь у формуванні уявлень про об'єкти, це своєрідний інструмент пізнання, що репрезентує досить нетрадиційний підхід до аналізу культури [5, с. 63].

Сьогодні у філософії вивчення дискурсу набуло статусу окремого напряму – «філософії дискурсу», який розробляє концепцію цього феномена як універсальної моделі різних соціальних практик, тлумачачи його не тільки як розмову, бесіду, мовне спілкування, мовленнєву практику, учасники якої прагнуть практично вирішити конкретні завдання (наприклад, прояснити фундаментальні проблеми політики, релігії, моралі), але і як найважливіше знаряддя глобальних перетворень соціальної дійсності. Філософія дискурсу несе в собі більш масштабне бачення мови як «живої грибниці дискурсів, котрі виникають і еволюціонують у просторово-часовому континіумі живої мови» [2, с. 443]. Згодом дискурс проникає в психологію, етнографію, соціологію, теологію та інші соціально-гуманітарні науки, фактично претендуючи на статус міждисциплінарної методологічної програми.

 ©|*V. I. Kudlach 2021*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

За *видом мовлення* дискурс буває монологічний та діалогічний, за *стилем спілкування* – аргументований (переговори, обмін думками), конфліктний (лайка, сварка, бійка тощо) та гармонійний. Цілісна концепція мовленнєвих актів була запропонована англійським філософом і логіком, представником неопозитивізму Дж. Остіном у роботі «How to do things with words» («Слово як дія») [8]. Ідеї Остіна розвивали філософи-аналітики, логіки та прагматики Дж. Серль, П. Строссон, Дж. Ліч, Г.-П. Грайс, лінгвісти А. Вєжбіцька, М. Нікітін та ін. Діалогічний дискурс постає як мисленнєво-комунікативна мовленнєва діяльність комунікантів у ситуативно-комунікативному, соціо-культурному, когнітивно-психологічному контекстах. Принцип діалогічної природи мови був сформульований В. фон Гумбольдтом: «У первинній сутності мови наявний незмінний дуалізм, і сама можливість мовлення зумовлюється зверненням і відповіддю».

Дедалі більшого поширення і розвитку набули такі напрями у філософії, як трансцендентальний прагматизм та комунікативна філософія, започатковані німецькими філософами К. Апелем, Ю. Хабермасом, зорієнтовані на інтерсуб'єктивне взаєморозуміння. Повсякденне мовленнєве спілкування між людьми є основним предметом і методом дослідження для німецького філософа і соціолога Н. Лумана, який стверджує, що комунікація є синергетичним процесом. В Україні автором «комунікативної практичної філософії» є А. Єрмоленко, директор Інституту філософії ім. Г. Сковороди НАН України [3].

Комунікативна філософія пропонує відмінні від класичної філософії свідомості світоглядні орієнтири. Оновлення людського життя відбувається під впливом раціональної комунікації, зорієнтованої на досягнення взаєморозуміння між людьми та гармонізацію стосунків між ними, а також між людиною й навколишнім світом. Комунікацію розглядаємо як спілкування, за допомогою якого «Я» визначає себе в іншому. Розглядаємо її як свідомо встановлену взаємозалежність, підґрунтям свідомості, процесу пізнання суспільного буття. У процесі комунікації значення та смисли розглядаються з метою обміну нформацією, люди розуміють, що їх роз'єднують загальноприйняті норми мислення і об'єднує те, в чому вони є різними. Комунікація проходить у толерантних формах, знімає категоричні, диктаторські, насильницькі форми.

Комунікативна філософія досліджує можливості пом'якшення суперечності між «життєвим світом» і «системою», що в політиці позначається прагненням до демократизації, консенсуально-дискурсивного розв'язання конфліктних ситуацій шляхом досягнення порозуміння, а також консенсуально-дискурсивної легітимації держави. Наприклад: в економіці представники комунікативної теорії обґрунтовують можливість підпорядкування цілераціональності (зокрема, підприємницької діяльності, ринкових відносин) комунікативній раціональності, тобто дискурсивно обґрунтованим етичним нормам; у педагогіці обстоюють ідею потенційної симетричності агентів процесу виховання. На основі дискурсу комунікативна філософія створює процедуру вирізнення справді універсально значущих норм і цінностей від їхніх догматичних та ідеологічних замінників, а тому постає також критикою ідеології, критикою теорією суспільства загалом.

Спілкування здатне об'єднати людей у реальну живу спільноту. Потреба людини у спілкуванні стосується насамперед діалогу, безпосередньої зустрічі з іншим реально існуючим «Я». Спілкування передбачає не лише такі інтелектуальні аспекти, як рівень знань, ерудованість, володіння цікавою інформацією, вміння підтримувати розмову та формулювати думку, але включає також чуттєво-емоційний аспект. Емоційною реакцією на спілкування є стан задоволення або незадоволення, який полегшує чи ускладнює процес спілкування. Почуття постають суб'єктивною реакцією людини на оточуючий світ. Культура почуттів особистості виявляється в адекватності її емоційних реакцій комунікативній ситуації, у здатності реагувати на неї, відповідно до реального стану, вміння співпереживати тому, з ким відбувається діалог тощо. Відносини між людьми здатні набувати принципово різного значення з точки зору вияву в них моральної суб'єктивності людини. У будь-якому суспільстві існує чимало сфер і відносин, у яких люди ставляться одне до одного саме як до об'єктів, а не суб'єктів, вважають своїх партнерів своєрідними «мислячими речами», не здатними до принципових змін і відповідальних рішень.

Оскільки комунікація передбачає наявність зворотного зв'язку, розглядаємо медіацію та діалог найбільш прийнятними і поширеними в умовах відкритого обговорення. Медіація є позасудовою процедурою врегулювання спору шляхом ведення структурованого переговорного процесу між сторонами за допомогою одного або кільеох медіаторів. Діалог є багатостороннім процесом взаємодії, обміну сенсами, який відбувається за допомогою ведучого – фасилітатора, має на меті покращення розуміння між учасниками, прийняття рішень щодо спільних дій. Дослідження проблеми застосування діалогу на практиці в різних сферах діяльності переконує, що діалоговий підхід передбачає одну чи кілька зустрічей, впродовж яких протягом певного часу учасники в одному просторі разом спілкуються. Ефективність даного підходу визначається рівнем довіри між людьми, що базується на розумінні, відповідальності, неприпустимості насилля, повазі до особистості, верховенстві права і турботи про майбутнє.

У першу чергу, діалог – це «глибинний процес», тобто не просто факт зустрічі чи розмови або суперечки, а процес, що має такі етапи: аналіз проблеми, дизайн діалогу, попередні зустрічі, проведення діалогу, домовленості про наступні діалогові зустрічі, при цьому «глибинний» означає, що комунікація між учасниками процесу виходить за межі поверхневого рівня обміну звинуваченнями, претензіями, аргументами – до викладення індивідуальних чи колективних переживань, болю, їх причин, передумов тощо.

По-друге, діалог – це «обмін сенсами», що в нашому розумінні та практиці полягає в такій діалоговій комунікації, що складається не стільки з інформаційних повідомлень, викладених конкретними словами, адже у значно більшій мірі увага фокусується на сенсах, справжньому змісті, на вмінні їх розпізнати та відчути в інформаційному повідомленні, зрозуміти, що ж саме «за словами», тобто «між рядками», перевірити це розуміння, шляхом «повернення сказаного» тому, хто про це говорив, з метою підтвердження правильного розуміння або корегування. Діалог як «якісна зміна» означає появу та формування у ході відсутніх перед тим між учасниками діалогу розуміння, поваги, підтримки, відповідальності, довіри одне до одного.

Для будь-якого колективного діалогового процесу, а також для становлення діалогової культури важливо, щоб учасники побачили користь від часу, який вони виділили на діалог, тобто, наприклад, щоб вони отримали власні відкриття та осяяння та змогли донести своє повідомлення іншій стороні, щоб вийшли з діалогу з відчуттям, що їх почули. Управління результатом діалогу, в першу чергу, має справу з управлінням очікуваннями. Воно створює загальне розуміння того, що необхідно для розуміння, поліпшення взаємин і здатності спілкуватися, а також яким чином це буде досягнуто за допомогою уточнення і узгодження очікування щодо того, що люди будуть робити і як вони будуть себе вести під час діалогу. Управління очікуваннями використовує ці угоди як основу для проходження за процесом, наглядом за його ефективністю, а також для якісного поліпшення відносин [6, с. 23].

В умовах сьогодення через інтернет-мережі люди стають більш чутливими до наочних візуальних образів, ніж до текстів та раціональних аргументів. В умовах онлайн-комунікації кожен активно намагається соціалізуватись, виконуючи дистанційну роботу. Разом із тим, спостерігаємо недостатність емоційної інформації, зокрема, у зв'язку зі значною енергозатратністю під час онлайн-зустрічей, що проявляється почасти у дратівливості і тривозі тощо. У такому випадку увага розсіюється, а ймовірність викривлення інформації підвищується [7].

Комунікативний дискурс, заснований на «апріорі комунікації», спрямований на пошук універсальних умов і можливостей взаєморозуміння між людьми, дає принципово нове бачення сучасної людської ситуації та головних проблем, які її супроводжують. Таке розуміння норм, виведених із конкретних історичних обставин, претендує на знаходження універсальних і вагомих підстав людської солідарності. Це має змогу стати тією платформою, на якій можна вирішувати актуальні проблеми сучасного суспільства, будувати нову систему людського світовідношення, ідеалом якої є взаєморозуміння та гармонізація міжособистісної взаємодії. Ми розглядаємо комунікативний дискурс в умовах формування делібератівного суспільства як складну систему адаптацій, пов'язану з просуванням до бажаної мети в спілкуванні, пов'язану з ціннісно-культурними, соціальними, психічними, психологічними, фізичними чинниками, що впливають на розвиток взаємовідносин між людьми.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Дискурс / Нина Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 136–137.
2. Гудзь Н. Генезис поняття «дискурс» у сучасній лінгвістиці / Ніна Гудзь // Наукові записки КДПУ ім. В. Винниченка. Серія: Філологічні науки (мовознавство): У 2 ч. – 2012. – №. 105. – С. 442–445.
3. Єрмоленко А. Комунікативна практична філософія / Анатолій Єрмоленко. – К., 1999. – 488 с.
4. Касавин И. Текст. Дискурс. Контекст: Введение в социальную эпистемологию языка / Илья Касавин. – М. : Канон+, 2008. – 437 с.
5. Фуко М. Порядок дискурса / Мішель Фуко // Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. – М.: Магистериум, Касталь, 1996. – С. 47–97.
6. Як, коли, де працює діалог. Практичний посібник / за заг. ред. К. Гусєєвої, Д. Проценко. – К.: Координатор проектів ОБСЄ в Україні, 2019. – 51 с.
7. Брунова-Калисецкая И., Елигулашвили М. Учимся говорить заново: как эффективно общаться онлайн в условиях кризиса [Електронний ресурс] / Ирина Брунова-Калисецкая, Максим Елигулашвили. – Режим доступу: https://focus.ua/economics/454106-kak-effektivno-rabotat-onlain-v-usloviiakh-krizisa?fbclid=IwAR1hon9fZ6Tmo6iU6DpKkf5F2VrB3Rzu2ODq5QT6dxGF2frlp3sA7L50_7A.
8. Austin J. L. How to do things with words / John. L. Austin. – Oxford: Oxford University Press, 1962. – 166 p.

REFERENCES

1. Arutiunova N. Diskurs [Discourse] / Nina Arutiunova // Linguistic encyclopedic dictionary. – M.: Soviet encyclopedia, 1990. – pp. 136–137.
2. Gudz N. Genesis poniattia diskurs u suchasnii ligvistytsi [Genesis of the notion "discourse" in modern linguistics] / Nina Gudz // Scientific Notes by Vynnychenko KDPU. Series: Philological Sciences (language studies): In 2 parts. – 2012. – №. 105. – pp. 442–445.
3. Yermolenko A. Komunikatyvna praktychna philosophi [Communicative practical philosophy] / Anatoliy Yermolenko. – K., 1999. – 488 p.
4. Kasavin I. Tekst. Diskurs. Kontekst: Vvedieniie v sotsialnuiu epistemologiu iazyka [Text. Discourse. Context: Introduction into the social epistemology of language] / Ilya Kasavin. – M. : Kanon+, 2008. – 437 p.
5. Foucault M. Poriadok diskursa [Order of discourse] / Michel Foucault // Will to Truth: on the Other Side of Knowledge, Power and Sexuality. – M.: Magisterium, Kastal, 1996. – pp. 47–97.
6. Iak, koly, de pratsiuie dialog [How, when, where dialogue works]? Practical handbook / edited by K. Gusieva, D. Protsenko. – K.: OSCE Project-Co-ordinator in Ukraine, 2019. – 51 p.
7. Brunova-Kalisetska I., Ieligulashvili M. Uchimsia govorit zanovo: kak efektivno obshchatsiia onlayn v usloviiakh krizisa [Learning to communicate once again: how to effectively communicate online at the crisis times] [Electronic resource] / Iryna Brunova-Kalisetska, Maksym Ieligulashvili. – Available at: https://focus.ua/economics/454106-kak-effektivno-rabotat-onlain-v-usloviiakh-krizisa?fbclid=IwAR1hon9fZ6Tmo6iU6DpKkf5F2VrB3Rzu2ODq5QT6dxGF2frlp3sA7L50_7A.

Communicative discourse in the formation of a deliberative society

V. I. Kudlach

Abstract. The article examines the relevance of communicative discourse in the period of formation and development of a modern deliberative society. The interrelations between the philosophy of discourse and communicative philosophy are justified, the stages of their development are analyzed. Modern manifestations of the communicative approach to various socio-cultural practices are considered. Mediation and dialogue are defined as basic communicative technologies. Humanitarian and moral understanding of the communicative discourse will help identify and resolve contradictions through openness and discussion that meet the needs, interests and goals of modern society.

Keywords: *discourse, philosophy of discourse, communicative philosophy, deliberative society, dialogue.*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Місце еліти суспільства в контексті свободи особистості

В. Б. Лимар

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: 26veresnia@ukr.net, ORCID: 0000-0002-9107-8238.

Paper received 09.05.21; Accepted for publication 28.05.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-10

Анотація. Статтю присвячено дослідженню впливу світогляду кожної особистості – що відноситься до визначеної сукупності громадян – на наявність того чи іншого державного устрою на даній території. Загальноприйнята політична класифікація «еліта-маси» аналізується із позицій неформального розподілу, де інтелектуальна еліта складається із відповідальних самовідданих особистостей, котрі винаходять життєдіяльні ідеї, втілюють їх у життя та доносять до керованих ними мас. Якщо та чи інша ідея таким чином свобідно приймається широким загалом особистостей, формує їх загальний світогляд, то це і постає головним чинником того, що саме такий державний устрій охоплює даний загал громадян.

Ключові слова: *еліта, маси, світогляд, свобода особистості.*

Вступ. Як зазначає Ортега-і-Гасет у праці 1930 року «Повстання мас», еліта і маси існували в суспільстві завжди, вони або доповнювали одне одного у періоди мирного співіснування, або ворогували у часи криз. Свобода конкретної особистості, тому, завжди залежала від співвіднесеня цих двох суспільних типів. Інший мислитель, котрий досліджував це співвіднесення – Вільфредо Парето – наступним чином описує антиномію свободи у межах суспільних відносин: «У «Соціології» я відмічав і повторю тепер, що слово свобода має «визначений зміст, що означує здатність щось робити або не робити і що відноситься до двох речей – до здібностей даного індивіда і до здібностей інших індивідів, котрі відрізняються від нього. Ці дві свободи часто протистоять одна одній, тому захищаючи одну, ми порушуємо іншу»» [7, с. 203]. В даній роботі ми будемо досліджувати через призму свободи особистості існування еліти на тлі суспільної маси.

Короткий огляд публікацій по темі. Платон у «Державі», мабуть, вперше фахово торкнувся питання про устрій держав і де підкреслюється важливість існування еліти як такої. Його погляди підкореговував Арістотель у «Політиці». Далі, опісля чималого хронологічного затишку, Макіавеллі продовжив розвиток систем державного управління у «Володарі». Відносно сучасними продовжувачами теорії еліт були італійці — соціолог Вільфредо Парето та юрист і соціолог Гаетано Моска. На початку XX ст. Роберт Міхельс продовжив їх справу, висуваючи «залізний закон олігархії». Ідею необхідності еліти та протистояння їй маси із різних ракурсів описували Ортега-і-Гасет у праці «Повстання мас», А. Тойнбі «Світ і Захід», С. Московічі у праці «Століття натовпу..» і багато менш відомих авторів.

Мета і завдання. Еліта і маси, за своєю суттю, складаються із окремих особистостей, тому ми із позицій саме цього підгрунтя розглянемо трансформацію еліти, як втілення сукупності особистих творчих зусиль. «Особистість – це володарювання над собою та самовіддача» [13, с. 27] – так висловлювався друг Муньє, персоналіст Жак Лакруа. Ці слова стосуються дефініції не тільки особистості, а й усієї еліти у бажаному, ідеальному її розумінні. У статті ми вкажемо на те, що головною причиною «повстання мас» стає невідповідність еліти буттєво покладеним на неї сподіванням.

Матеріали і методи. Ми розглянемо погляди відомих мислителів античності, середньовіччя та сучасності, котрі компетентно та грунтовно торкалися питання взаємодії еліти і маси. Проаналізуємо трансформацію змісту поняття «еліта», розглянемо сучасний феномен значущості суспільної маси і вкажемо на причини цієї підміни, які криються у світоглядній зміні окремої людини, у модифікації свободи особистості.

Результати та їх обговорення. Як і багато сучасних філософських концепцій, питання еліти було піднято для обговорення ще у часи античної філософії: «Еліта (від лат. e1igo - вибираю) – група осіб, яка займає провідне або керівне становище у будь-якій галузі людської діяльності: політичній, економічній, військовій, науковій, управлінській, культурній, інтелектуальній, спортивній тощо. Хоч зародки елітарних концепцій можна знайти ще в Конфуція чи Платона, але засновниками сучасних теорій Е. стали італ. політичні мисленики Моска (1858 - 1941) та Парето (1848 - 1923); послідовником Моски став Міхельс (1876 - 1936)» [3, с. 193]. Платон у «Державі» окреслив види управління державою і деякі із них назвав вірними, а деякі – невірними. Аристократію Платон вважав найкращою політичною формою держави – це влада найкращих її жителів. Такими він називає філософів, оскільки ці люди можуть пізнати як досягти найбільшої користі для суспільства. «– І стверджую, що одним з таких видів державного устрою буде щойно розглянутий нами, але назвати його можна подвійно: якщо серед правителів виділиться будь-хто один, це можна назвати царською владою, якщо ж правителів декілька, тоді це буде аристократія» [9, с. 221]. Інші форми (тимократія, олігархія, демократія та тиранія) є такими, що виродилися. Тимократія (влада найбагатших) призводить до користолюбства, визискування все більших прибутків, що ослаблює державу. Олігархія (влада небагатьох, що спирається на їхнє походження, силу чи багатство) стає причиною честолюбства і свавілля правителів. Демократія (влада вільних громадян, що складають меншість) призводить до марнотратства і легковажності. Тиранія (влада одного, підкріплена силою) веде до занепаду моралі народу. Із неправильних форм правління Платон вибудовує своєрідну ієрархію: «Більшість схвалює критсько-лакедемонський устрій. На другому місці, менш

 ©|*V. Lymar 2021*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

схвалювана, стоїть олігархія: це державний устрій, що є переповненим багатьма лихами, З неї виникає відмінна від неї демократія. Відома тиранія відмінна від них усіх – це четверте й найбільш тяжке захворювання держави» [ibidem, с. 328].

Арістотель сприйняв моделі свого вчителя майже без змін, він їх лише дещо класифікував і деякі протиставив: «Відхили від вказаних устроїв наступні: від царської влади – тиранія, від аристократії – олігархія, від політії – демократія. Тиранія – монархічна влада, яка має на увазі вигоди одного володаря; олігархія піклується про вигоди заможних громадян; демократія – вигоди тих, хто нічого не має; загальної ж користі жодна з них не має» [2, с. 457]. Філософ вірно підкреслив ту рису еліти, яка у XX столітті теоретично стала кардинальною та невід'ємною: «Отож, зрозуміло, що лише ті державні устрої, які мають на увазі загальну користь, є, згідно із суворою справедливістю, вірними; ті ж, що мають на увазі благо володарюючих – усі невірні і уявляють із себе відхили від вірних: вони засновані на підвалинах панування, а держава є спілкуванням свобідних людей» [ibidem, с. 456]. Арістотель дає вказівку на взаємну спрямованість еліти володарюючих і керованої маси: еліта повинна піклуватися на принципах самозречення про громадян держави, а «свобідні люди» держави не повинні перетворювати свою свобода на сваволю. Криза, яка виникла із порушення цієї ідеальної взаємодії, і породила згодом протистояння мас та еліти. Макіавеллі, із позицій жорстокої реальності Середньовіччя, дивиться на протистояння народу та володарюючої верхівки як на цілком буденну річ, але у висновку все ж допускає оптимістичні ноти: «Перейду тепер до тих випадків, коли людина стає володарем своєї батьківщини не шляхом злочинів та беззаконня, а в насоідок благовоління співгромадян, для чого є потрібною не стільки мужність чи кмітливість, а швидше кмітлива хитрість. Потрібно сказати, що такого роду єдиновладдя – його можна назвати громадянським – затверджується згідно вимог або аристократії, або народа. Бо ж немає міста, де б не виокремились ці два початки: аристократія бажає підкорити та пригнічувати народ, народ не бажає знаходитсь у підкоренні та пригніченні; сутичка цих початків вирішується потрійно: або самодержавством, або безвладдям, або свободою» [4, с. 33]. Отож, якщо не акцентувати на тимчасовому безвладді, то керування повинно перейти або до рук однієї особи, або до більш натхненого свободою устрою (мабуть, самовідданої еліти з аристократичної верхівки чи кмітливих громадян із середовища народу).

«Якщо ми звернемо увагу на класифікацію Арістотеля, то прийдемо до висновку, що монарх не має можливості управління мільйонами підданих без допомоги цілої ієрархії урядовців, тобто без допомоги керуючого прошарку. Не може також добре функціонувати демократія, якщо не існує серед неї організована меншість, тобто керуючий прошарок» [12, с. 278] – це Г. Моска, розвиваючи теорію еліт, слідом за Макіавеллі, вважає, що і серед народної маси мусить виділитись своєрідна еліта. Цей мислитель не тільки задовольнявся констатацією факту про загальну наявність еліти у будь-якому суспільстві, він пропонував досліджувати еліту і закономірність явищ, пов'язаних із нею: «Виходячи з того, що в кожному політичному організмові існує керуючий прошарок, є самозрозумілим, що увага тих, хто досліджує політичні процеси, повинна сконцентруватися на різних типах організації та способах утворення цього прошарку. Що ж стосується організації, то можна стверджувати, що до цієї пори існували три її типи: феодальний, бюрократичний і третій, який був справді менеше розповсюджений, але все ж не може бути проігнорованим, з огляду на значення, яке мав у визначеному історичному періодові – маємо на увазі елінське та італійське місто-державу та середньовічне правління» [ibidem, с. 280]. В. Парето, як і Моска, працював над дослідженням верхівок державних устроїв, але поняття «керуючого прошарку» він замінив «елітою» – яке й прижилося у філософії та політології. Він також акцентував увагу на утворенні керуючої еліти із нових, ще нещодавно неіснуючих, елементів суспільства: «Слід звернути увагу на різну роль в керуванні двох великих категорій громадян: одна складається із землеробів та землевласників, інша – із комерсантів, промисловиків, будівельних підрядників, відкупників, спекулянтів тощо. Перша категорія майже завжди сприяє закріпленню стабільності агрегатів, а друга – розповсюдженню інстинкта комбінування, тому переважання тої чи іншої категорії призводить до зміни типу суспільства. Якщо домінує перша, вона здатна утримувати владу за допомогою власних якостей; у другому випадку формується керування плутократії, але оскільки сама по собі плутократія є слабкою, вона перетворюється у демагогічну або у військову плутократію» [8, с. 61]. Парето наголошував, що еліт у суспільстві може бути декілька і вони ведуть поміж собою боротьбу за владу. Його концепція про «зміну еліт» залишає вільним доступ до верхівки влади – навіть прості люди можуть увійти до неї, якщо досягнуть відповідного рівня компетентності. Проте і Моска і Парето негативно ставились до «людини натовпу», вважаючи, що такий індивід мислить ірраціонально і не маючи спеціалістичних знань тільки може нашкодити в управлінні державою.

У 1911 році Р. Міхельс, за політичними переконаннями соціаліст, висунув свою концепцію еліт – «залізний закон олігархії». Міхельс доводив, що незалежно від того, яка форма управління державою була початковою (самодержавність чи демократія), із часом вона все одно вироджується у олігархію – декілька обраних чи партійний апарат зосереджують владу в своїх руках. «Таким чином будь-яка партійна організація уявляється могутньою олігархією, що стоїть на демократичних ногах. Скрізь ті, хто обирає і обрані. Але скрізь існує і влада обраних провідників над масами, що обирають. Олігархічна структкра будівлі прихована за демократичною підвалиною. Тут – належне, а там – суще. Ця субстанційна різниця ще повністю є прихованою від мас. Соціалісти, наприклад, твердо та щиро вірять, що нова політична еліта буде дотримуватись своїх обітниць краще, аніж її попередники. Ідея представництва народних інтересів, якої вперто та із щирою вірою дотримується все ще велика кількість демократів і особливо згуртовані робітничі маси у німецькомовних країнах, є зовсім помилковим світлом, маревом, примарливою ідеєю» [10, с. 221]. Олігархічна влада заснована на бюрократизації і

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

спеціалізації, які є рушійною силою для залізного закону. Вони призводять до розвитку групи професійних адміністраторів у ієрархічній організації, що, в свою чергу, призводить до раціоналізації та рутинізації повноважень влади і процесу прийняття рішень. Бюрократія за своїм принципом призводить до централізації влади лідерами. Разом з тим олігархічні лідери також отримують контроль над санкціями та заохоченнями. Вони сприяють тим, хто поділяє їх думки, що неминуче призводить до самовідтворюваної олігархії. Люди досягають лідерських позицій, тому що мають політичні навички і вміють пристосовуватися до інтересів паніуючої еліти.

На противагу політичним передумовам кризи поміж елітою й масами А.Тойнбі виділяє економічний чинник: «І друге, що може привабити, – це те, що комунізм обіцяє збавити народи від крайньої нерівності поміж безмежно багатою меншістю та найбіднішою більшістю населення азіатських країн, чого свобідне підприємництво ніколи не обіцяло і обіцяти не збиралось» [11, с. 260]. Проте, С.Московічі заперечує як політичні, так і економічні чинники: «Згідно цієї концепції, зміна полягає не у пролетаризації людини чи в усуспільненні економіки. Навпаки, ми маємо справу із масифікацією, тобто із змішуванням та стиранням соціальних груп. Пролетарії чи капіталісти, люди освічені чи невігласи, походження мало що значить: одні й ті ж причини призводять до тих самих наслідків. Із різних, цілком різноманітних елементів утворюється однорідне людське тіло: маса складається із людей-маси. Це вони дійові особи історії і герої нашого часу. Не варто шувати причини такого становища речей у концентрації засобів виробництва та у товарообміні, як до цього прямувала теорія класового суспільства; причина у засобах комунікації, масовій інформації, газетах, радіо, тощо і феномені впливу. Занурючись у кожну домівку, буваючи присутніми на кожному робочому місці, досягаючи місць відпочинку, керуючи думками та нівелюючи їх, ці засоби перетворюють людські розуми у масовий розум. Завдяки свого роду соціальній терапії у багатьох людей викликаються одні й ті самі думки, одні й ті самі образи, які, як радіохвилі, розповсюджуються скрізь. Так що у масі вони завжди опиняються напоготові. Коли це насправді відбувається, то можна спостерігати хвидююче незабутнє видовище, як безліч анонімних індивидів, котрі ніколи одне одного не бачили, не торкалися одне одного, огортаються однією й тією ж емоцією, реагують як один на музику або заклик, стихійно злиті у одну колективну істоту» [5, с. 29]. Він вбачає проблему нівелізації особистості у цілеспрямованому впливові на неї тої чи іншої інформації. Особистість розчиняється у масі, яка однаково мислить і живе згідно однаковим цінностям. Московічі писав свою працю ще до появи мобільних телефонів та всезагальної епохи інтернету. Тепер його висновки треба взяти у квадратний ступінь. Люди не знаходиди задоволення своїм матеріальним та моральним амбіціям і зривалися із своїх загосподарованих місць; всесвітня «епідемія урбанізації» створила маси, середньоінтелектувльні маси, які володіють актуальною всебічною інформацією і претендують на спосіб життя, до цього часу властивий лише еліті. Таке походження суспільній масі дає Ортега-і-Гасет: «Натовп не виник із пустки. Населення було приблизно таким самим п'ятнадцять років тому. Із війною воно могло лише зменшитися. Тим не менше напрошується перший важливий висновок. Люди, що утворюють цей натовп, існували і до нього, але не були натовпом. Розсіяні по світу маленькими групами чи поодинці, вони жили, здавалося, розкидано та розрізнено. Кожен був на місці, і іноді дійсно на своєму: у полі, в сільській глибинці, на хуторі, на міських околицях. Раптом вони згуртувалися, і ось ми всюди бачимо натовп. Всюди? Як би не так! Не всюди, а у першому рядові, на найкращих місцях, уподобаних людською культурою і відведених колись для вузького оточення – для меншості» [6, с. 44].

Іспанський філософ одностайно із Московічі проголошує, що можна належати до елітарних прошарків суспільства і бути насправді «сірою масою», і, навпаки – із низів завдяки особливим здібностям та наполегливості можна долучитися до еліти.«Суспільство завжди було рухомою єдністю меншості і маси. Меншість – це сукупність осіб, котрі виділені особливими якостями; маса – не виділена нічим» [ibidem, с. 45]. Як ми вже зазначали, маси, хоча й підпадають під унітарний інформаційний вплив, все ж складаються із окремих унікальних особистостей. «Далі, держава містить у собі неоднакові елементи; подібно до того як кожна людина складається із душі та тіла, а душа у свою чергу містить у собі розум та пристрасті…» [2, с. 450] – це Арістотель наводить аналогію держави і окремої особистості. І як до кожної особистості застосовуються при вихованні різні педагогічні міри (одному різочка, іншому лагідне слово тощо), так і до одного світоглядного типу особистостей більш підходить той чи інший устрій державного правління. Ще Платон проводив подібну паралель і досліджував поряд із державним устроєм подібний до нього тип людини: «Значить, оскільки видів держав п'ять, то й у різних людей повинно бути п'ять різних устроїв душі…Людину, що відповідає правлінню кращих – аристократичному, ми вже розібрали і вірно визнали її доброю та справедливою…Тепер нам потрібно описати і гірших, інакше кажучи, людей, що ведуть суперництво поміж собою і тих, хто любить пошану – згідно лакедемонського устрою, потім людину олігархічну, демократичну та тиранічну, щоби, вказуючи на найнесправедливішу, протиставити її найсправедливішій і цим завершити наш розгляд питання, яке відношення чистої справедливості до чистої несправедливості із точки зору щастя або нещастя для її володаря» [9, с. 329]. Зміни у суспільстві розпочинаються із змін на рівні особистості. Звичайно, цей процес відбувається під впливом загальних людських досягнень, особливо на інтелектуальному рівні; впливають на це також нові винаходи, які змінюють устрій сущого. Світоглядна зміна бере свій початок від «піонерів» мислення, котрі своїми ідеями захоплюють усі інші оточуючі особистості і змінюють і їх світогляд. Коли певна ідея охоплює розуми багатьох і вони погоджуються із нею, як із самозрозумілим висновком – тоді й відбуваються кардинальні зміни на рівні суспільства, цивілізації, людства.«Суспільство завжди складається з маси і обраної меншості (еліти). Це поділ не на соціальні класи, а на психологічні типи

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

людей. Належність до маси – суто психологічна ознака. Людина маси – середня, пересічна людина без індивідуальності, яка не відчуває в собі ніякого особливого дару. Вона, як всі інші просто «пливе за течією», живе без певного життєвого проекту, задовольняється ідентичністю з іншими людьми, збігом власних бажань, ідей, способів буття з загальновизнаними. Цьому типу людей у суспільстві протистоїть інший психологічний тип – «людина еліти», обрана меншість. Еліта – це напружене, активне життя, служіння найвищим нормам, постійний обов'язок, вдосконалення себе і оточуючого світу» [1, с. 780]. Як бачимо, інтелектуальна еліта є неформальною і має вплив на розуми пересічних особистостей набагато більший, аніж формальна бюрократична, чи партійна еліта.

«Звичайно, кажучи про «обрану меншість», переінакшують зміст цього виразу, лукаво забуваючи, що обрані не ті, хто пихато ставить себе вище, але ті, хто вимагає від себе більше навіть якщо вимога до себе в нього є сильною. І звісно, радикальніше ділити людство на два класи: на тих, хто вимагає від себе багато і сам на себе бере тягарі та зобов'язання, і на тих, хто не вимагає нічого і для кого жити – це пливти за течією, залишаючись таким, яким він є, і не намагаючись перерости себе. Це нагадує мені дві гілки ортодоксального будизму: більш важку та вимогливу Махаяну – «велику колісницю», або «великий шлях», – і більш буденну та сіру Хінаяну – «малу колісницю», «малий шлях». Головне і вирішальне – якій колісниці ми ввіримо наше життя. Таким чином, розподіл суспільства на маси та обрані меншості є типологічним і не співпадає із поділом на соціальні класи, ані з їх ієрархією…Але насправді всередині будь-якого класу є власні маси та меншості. Нам ще буде дана можливість переконатися, що плебейство та пригнічення маси навіть у колах, традиційно елітарних, – є характерною ознакою нашого часу…І навпаки, у робітничному середовищі, яке раніше вважалось еталоном маси, не рідко сьогодні зустріти душі найвищого загартування» [6, с. 46]. Ортега-і-Гасет, як бачимо, «складає» справжню буттєву еліту із окремих особистостей, лідерів, які здатні не тільки винаходити нову ідею, а й самовіддано служити їй і захоплювати нею маси. Московічі, застосовуючи зразок особистісних відносин, пише, що маси повинні підкорятися лідерові як діти батькові: «Бо ж демократичні ідеали, придумані меншістю і для меншості, якими б абсолютними добрими якостями не володіли, перешкоджають, окрім виняткових випадків, формуванню стабільного політичного режиму. Через необхідність відповідати сподіванням більшості, бриніти в унісон людської природи, ці ідеали розбиваються вщент. Погоня за ними породжує лише глибоке розчарування, А потрібен режим, заснований на віруваннях, що розділяють. Режим, що виходить із підпорядкування мас одній людині, як батько розраховує на послух своїх дітей. Коли такий режим буде встановлено, тоді й будуть вирішені проблеми великого міста. Зробимо короткий підсумок сказаного. Натовпи руйнують підвалини демократії, що були закладені ліберальною буржуазією і відновлені соціал-демократами. Вони прямували до керування за посередництвом еліти, обраної на грунті всезагального виборчого права. Їх політика, яка визначається економічними та технічними реаліями, але відмовляється бачити реалії психологічні, прирікає їх на перманентну слабкість, оскількі ці останні змінюють усю справу. Вони, можна висловитись, помиляються відносно суспільства, нації та, у підсумку, епохи. Але саме така революційна та контрреволюційна епоха заполонює маси. А тому вона вимагає нової політики. Коли маси наявні, завдання політики їх організувати. Привести їх в рух можуть дві речі: пристрасть та вірування, відповідно, треба приймати до уваги і те, й інше» [5, с. 35-36]. Так, С. Московічі цікавило, насамперед, утворення «ідеального» політичного режиму, який би враховував та задовольняв інтереси мас. Але, цікаво, що акцент він зміщує із політики, економіки на особистісний, психологічний рівень.Оскільки, на нашу думку, саме на особистісному рівні треба шукати причини трансформації суспільних та політичних устроїв, які постають як наслідки багатьох окремих світоглядів, а їх, у свою чергу запалює інтелектуальна еліта. «Феномен олігархії, що виникає таким чином, пояснюється частково психологічно, тобто за посередництвом змін у душевному житті, котрі у ході розвитку відбуваються із особистостями, що захоплені цим феноменом,..» [10, с. 221] – такий висновок свого часу зробив Р. Міхельс.

Висновки. Політичні устрої, присутні й зараз у різних цивілізаціях, класифікували й дослідили в Античності ще Платон і Арістотель. Людство із тієї пори у цій царині не стало більш винахідливим – за словами Платона згідно п'ятьом устроям людської душі існує п'ять устроїв держави. Вони у сучасності лише дещо видозмінились і змінилось уявлення людей про них. Ми коротко прослідкували зміни в суспільному уявленні про ідеал політичного устрою. Тепер абсолютна монархія вважається свого роду тиранією та придушенням свободи особистості, а демократія, яка античними мислителями рахувалася невірною формою правління, стала ідеалом пересічного натовпу. У прцесі керування державою, а ширше – суспільством, відіграє вирішальну роль еліта. Вона керує масами у правлінні державою і вона повинна бути рушієм прогресу серед ввірених їй мас. Проте Ортега-і-Гасет і С.Московічі, продовжуючи дослідження трансформації поняття «еліта» такими теоретиками політології як Г.Моска, В.Парето та Р.Міхельс, відрізняють формальну еліту від неформальної, яка може виділитися із мас і так само бути лідером у суспільному житті. Ортега-і-Гасет наділяє еліту такими позитивними якостями як обов'язок перед масами, відповідальність та самозречення. Звичайно, формальна політична еліта не володіє таким якостями. Вони притаманні неформальній буттєвій еліті, котра здатна винаходити нові мисленеві ідеї, втілювати їх у життя та розширювати ними світогляд кожної особистості, що не має сособливих інтелектуальних здібностей і через це належить до класифікації мас. У тому чи іншому регіоні, постає таким чином індивідуальний суспільний світогляд, який є проявом внутрішнього рівня сукупності особистостей, об'єднаних спільними буттєвими та культурними ознаками. Для кожного такого суспільства, з огляду саме на його загальний історично сформований світогляд, буде відповідною одна із модифікацій п'яти форм

правління. Це є наслідком, даністю, і тому не завжди громадяни будуть задоволені існуючою формою правління. «Велика кількість людей на Заході вважає, що тиранія – це нестерпне соціальне зло. Ціною страшних зусиль ми придушили тиранію, коли вона підняла голову серед нас у вигляді фашизма та націонал-соціалізма. Ми відчуваємо таку ж огиду до неї у її російській формі, чи названа вона буде царизмом чи комунізмом. Ми не хочемо спостерігати за розповсюдженням цієї російської форми тиранії; особливо ми стали задумуватися про небезпеку, яка загрожує західним ідеалам свободи…» [11, с. 255]. А.Тойбі, як представник західної цивілізації, під свободою розуміє, насамперд, її зовнішній пряв – свобода поведінки. Для нього демократія є ідеалом політичного правління. Для Китаю, ж наприклад, де історично існує конфуціанство, даосизм – вірування, яким притаманний культ шанування предків і вроджена покірливість перед суспільною елітою, навряд чи така форма державного устрою була б властивою. Навіть великий полководець Чан Кайші не зміг остаточно об'єднати усі провінції Китаю, а саме тоталітарна ідеологія комунізму, завдяки своїй соціальності та самозреченню еліти виконала це завдання. Особистісний, свобідно сформрваний рівень мусульманина передбачає беззалишкову відданість релігійним постановам, систематичному виконанню обрядових норм і тому для нього більш властивим є уряд релігійної аристократичної верхівки. Подібних прикладів відповідності державного устрою внутрішньому світоглядному рівневі громадян у сучасному житті ми можемо знайти багато. Свобода кожної особистості – її внітрішній мисленевий прояв, який впливає на створення світогляду та зовнішній, що виявляється у поведінці – є зумовлюючим чинником, котрий формує, зокрема, державний устрій об'єднаних одними загальними ідеями і, як правило, однією територією, індивідів. І якщо цей устрій на якомусь хронологічному етапі змінюється, то причини треба шукати у зміні мисленевої парадигми, насамперел, серед інтелектуальної неформальної самовідданої еліти даної сукупності особистостей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аверкіна Н. А. «Повстання мас» // Історія філософії: словник / [За ред. д-ра філос. наук, проф. В.І. Ярошовця]. – К.: Знання України, 2012. – С. 780 - 781.
2. Аристотель. Политика // Аристотель. Соч. в 4 т. – М.: Мысль, 1983. – Т. 4. – С. 375 – 644.
3. Лісовий В. Еліта / В. Лісовий // Філософський енциклопедичний словник. – К.: Абрис, 2002. – С. 193-195.
4. Макиавелли Н. Государь / Н. Макиавелли 1532 — «АСТ», 2017. — (Иллюстрированная военная история).
5. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. / Пер. с фр. – М.: «Центр психологии и психотерапии», 1998. – 480 с.
6. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // Избранные труды: Пер. с исп./ Сост., предисл. и общ. ред. А.М. Руткевича. — М.: Издательство «Весь Мир», 1997.—С. 43 – 163.
7. Парето В. Свобода // Вильфредо Парето. Трансформация демократии / пер. с итал. М.Юсима. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2011 (Серия «Университетская библиотека Александра Погорельского»).— С. 201 – 207.
8. Парето В. Трансформация демократии // Вильфредо Парето. Трансформация демократии / пер. с итал. М.Юсима. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2011 (Серия «Университетская библиотека Александра Погорельского»).— С. 23 – 94.
9. Платон. Государство / Платон. Соч. в 4 т. – М.: Мысль, 1994. – Т. 3. – С. 79 – 420.
10. Роберт Михельс. К социологии партий в современной демократии / Михельс Р. // Личность. Культура. Общество. – 2002. – Т. IV. Вып. 3 – 4 (13-14). – С.214 – 229.
11. Тойнби А. Дж. Мир и Запад // Арнольд Дж. Тойнби. Цивилизация перед судом истории. Мир и Запад: [пер. с англ.] / Арнольд Дж. Тойнби. - М.: АСТ: Астрель; Владимир: ВКТ, 2011. – С. 247 – 317.
12. Gaetano Mosca. Historia doktryn politycznych. Warszawa, 1939. – 304 с.
13. Lacroix J. Le personalisme. – Lyon, 1981.

REFERENCES

1. Averkina NA "Uprising of the masses" // History of Philosophy: Dictionary / [Ed. Dr. Philos. Sciences, Prof. VI Yaroshovets]. - Kyiv: Knowledge of Ukraine, 2012. - P. 780 - 781.
2. Aristotle. Politics // Aristotle. Op. in 4 volumes - M .: Mysl, 1983. - Vol. 4. - P. 375 - 644.
3. Lisovyy V. Elita / V. Lisovyy //Philosophical encyclopedic dictionary. - K .: Abris, 2002. - P. 193-195.
4. Machiavelli N. Sovereign / N. Machiavelli 1532 - "AST", 2017. - (Illustrated military history).
5. Moskovichi S. Century of crowds. A historical treatise on the psychology of the masses. / Per. with fr. - M .: "Center for Psychology and Psychotherapy", 1998. - 480 p.
6. Ortega-i-Gasset X. Uprising of the masses // Selected works: Per. with isp./ Comp., presl. and common. ed. A.M. Rutkevich. - M .: Publishing House "The Whole World", 1997.—S. 43 - 163.
7. Pareto V. Freedom // Wilfredo Pareto. Transformation of democracy / trans. with Italian. M.Yusyma. M .: Publishing House "Territory of the Future", 2011 (Series "University Library of Alexander Pogorelsky") .— P. 201 - 207.
8. Pareto V. Transformation of democracy // Wilfredo Pareto. Transformation of democracy / trans. with Italian. M.. Yusyma. M .: Publishing House "Territory of the Future", 2011 (Series "University Library of Alexander Pogorelsky") .— P. 23 - 94.
9. Plato. State / Plato. Op. in 4 volumes - M .: Mysl, 1994. - Vol. 3. - P. 79 - 420.
10. Robert Michels. On the sociology of parties in modern democracy / Michels R. // Personality. Culture. Society. - 2002. - T. IV. Issue. 3 - 4 (13-14). - P.214 - 229.
11. Toynbee A. J. Peace and the West // Arnold J. Toynbee. Civilization before the court of history. Peace and the West: [trans. with English] / Arnold J. Toynbee. - M .: ACT: Astrel; Vladimir: VKT, 2011. - P. 247 - 317.

The place of the elite of society in the context of individual freedom

V. Lymar

Abstract. The article is devoted to the study of the influence of the worldview of each individual - relating to a certain set of citizens - on the existence of a particular state system in the area. The generally accepted political classification of "elite-mass" is analyzed from the standpoint of informal distribution, where the intellectual elite consists of responsible selfless individuals who invent vital ideas, implement them and bring them to the masses under their control. If this or that idea is thus freely accepted by the general public, forms their general worldview, then this is the main factor in the fact that such a state system covers this community of citizens.

Keywords: *elite, masses, worldview, individual freedom.*

Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, IX(46), I.: 254, 2021 Jun. www.seanewdim.com
The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

PUBLIC ADMINISTRATION

Організаційно-правовий механізм співробітництва України з НАТО: напрацювання та недоліки

Я. О. Бень

Кафедра глобалістики, євроінтеграції та управління національною безпекою
Національної академії державного управління при Президентові України, м. Київ, Україна
Corresponding author. E-mail:vobil77@i.ua, ORCID ID: 0000-0002-4222-813X,

Paper received 04.05.21; Accepted for publication 26.05.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-11

Анотація. Дослідження проведено, виходячи із суперечливого характеру співробітництва України з Організацією Північноатлантичного договору, започаткованого у 1992 р. З одного боку, Україна послідовно заявляє про наміри інтегруватися в НАТО на правах повноцінного члена. У державі сформовано організаційно-правовий механізм взаємодії з НАТО. Діє безстрокова Хартія про особливе партнерство між Україною та НАТО. Наміри щодо повноцінного членства в Альянсі включено до Конституції України та законодавства з питань національної безпеки. Нормою взаємодії сторін є розробка та підписання різнопланових програм щодо співпраці у безпековій, оборонній, освітній та інших сферах. Більшість українського суспільства підтримує державні наміри щодо вступу до НАТО. З іншого боку, Україна попри тривалу взаємодію з Альянсом не отримала Плану дій щодо членства в НАТО, що робить недосяжним виконання кінцевої інтеграційної мети. Основним гальмом на шляху євроатлантичної інтеграції України був і залишається недостатній темп реформування політичної, економічної, судової, інших базових систем країни, а також сектору безпеки і оборони. Загальним результатом дослідження є акцентування уваги української сторони на необхідності прискорення нагальних державних реформ, оновленні наявного організаційно-правового механізму співробітництва України з НАТО, приведенні всіх складників сектору безпеки і оборони до західних стандартів. У висновках вказано на головну суперечність у практичному забезпеченні євроатлантичного руху України: національна державотворча еліта не забезпечила спадкоємності політичного курсу з питань євроатлантичної інтеграції та накопичення конструктивізму на цьому шляху. Гіпотеза дослідження передбачала доведення існування «середнього» рівня співробітництва України з НАТО на основі наявного організаційно-правового механізму, який поки що не дозволяє ставити питання про українську інтеграцію до Альянсу на повноцінній основі. Гіпотеза у цілому доведена. Вбачається за доречне подальший моніторинг стану, проблем функціонування, перспектив розвитку організаційно-правового механізму співробітництва України з НАТО з формулюванням відповідних рекомендацій з питань підвищення його ефективності.

Ключові слова: *механізм державного управління, організаційно-правовий механізм, Організація Північноатлантичного договору, НАТО, Альянс, євроатлантична інтеграція України.*

Вступ. Час практичної співпраці України з НАТО розпочався у 1992 р., що фактично збігається з часом її державно-політичної незалежності. За минулі роки відбулось 5 хвиль розширення НАТО (у 1999, 2004, 2009, 2017, 2020 рр.). Альянс, будучи за своєю природою гнучкою воєнно-політичною структурою, збільшився майже удвічі: з 16 держав-членів до 30. Україна отримала запрошення до цієї міжнародної організації після виконання низки обов'язкових умов внутрішнього та зовнішньополітичного значення. Найбільш акцентовано це прозвучало у 2008 р. на бухарестському саміті Альянсу. Разом з тим, у жодному з документів, що засвідчують співробітництво Києва та Брюсселя, не йшлося та не йдеться про часову конкретику щодо прийняття України в НАТО. Як українські політичні структури (насамперед конституційні органи влади), так й офіційні представники НАТО не називають орієнтовного часу (року), коли прагнення України щодо повноцінного членства в Альянсі стануть реальністю. Нижче розглянуто послідовність становлення організаційно-правового механізму співпраці України з НАТО, результативність його функціонування та вказано на головні причини неспроможності даного механізму забезпечити повноцінну інтеграцію України до Організації Північноатлантичного договору.

Короткий огляд публікацій по темі. Проблематика євроатлантичної інтеграції України залишається на порядку денному фахової наукової дискусії з цих питань. Доречно вказати на праці (монографії, дисертації, статті) О. Білоуса, В. Бурдяк, Р. Войтович, А. Гетьмана, В. Горбуліна, О. Гоцур, В. Гречанінова, О. Деменка, І. Доцяка, В. Климончука, М. Кордона, О. Крапівіна, С. Ліпкевича, Л. Макаренко, Я. Малика, В. Мандрагелі, І. Мороза, О. Палія, О. Пошедіна, С. Прийдуна, І. Смирнової, В. Смолянюка, І. Тодорова, П. Тригуба, В. Шевельова, М. Юрчак та інших авторів. Проте організаційно-правовий механізм співробітництва України з НАТО поки не розглядався. Це актуалізує необхідність його більш ретельного дослідження.

Мета. Визначити сутність організаційно-правового механізму співробітництва України з НАТО. Деталізувати елементи його організаційної та правової частин. Розкрити нормативно-правові напрацювання легітимних органів влади України з питань її євроатлантичної інтеграції. Вказати на причини, що гальмують виконання конституційної мети України щодо повноцінного членства в Організації Північноатлантичного договору.

Матеріали та методи. Головними інформаційними матеріалами стали нормативно-правові джерела України (Конституція, закони, постанови, укази, державні програми) з питань співробітництва з НАТО, а також наукові статті. Основними методами дослідження були історичний, інституційний, структурно-функціональний, діяльнісний, порівняльний, нормативно-правовий.

 ©|Yana Ben 2021

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Результати та їх обговорення. Механізм державного управління у загальному вигляді доцільно представити як сукупність способів розв'язання суперечностей певного явища чи процесу в державному управлінні, послідовну реалізацію дій, які базуються на основоположних управлінських принципах, цільовій орієнтації та функціональнійдіяльностіз використанням відповідних форм і методів управління. Даний механізм відображає взаємозв'язок явищ, процесів, дій і заходів. Їх результатом стає узгодження інтересів, визначення цілей, розробка рішень та їх реалізація за допомогою ресурсів держави (політичної влади, державного апарату, засобів та методів управління).

У механізмі державного управління як правило виокремлюють два основні блоки – формування управлінського рішення та його реалізації. Перший блок об'єднує в собі потреби, інтереси, суперечності, цілі, волю, мотиви, стимули об'єктів та суб'єктів певного управлінського циклу, другий – управлінські рішення, запропоновані суб'єктом, його управлінські дії, досягнуті результати, що впливають на поведінку об'єкта. У такий спосіб – від усвідомлення потреб до продукування відповідного рішення – відбувається реалізація функцій державного управління [1, с. 375-376].

Сукупність елементів та порядок функціонування механізмудержавного управління визначаються метою, засобами впливу на об'єкт, зв'язками між елементами управлінської системи, а також наявністю у суб'єкта відповідних ресурсів та можливостей. Обов'язковими складовими механізму державного управління виступають його цільова спрямованість, принципи, функції, методи, внутрішньо та зовнішньо орієнтовані інформаційні обміни, а також управлінські технології та технічні засоби, необхідні для їх практичного втілення.

Із сукупності механізмів державного управління гносеологічно виграшним кроком вбачається виділення у якості окремих одиниць аналізу їх організаційного та правового різновидів, кожен з яких має власну управлінську специфіку. Поєднання організаційного та правового механізмів, будучи несуперечливим в управлінській теорії та практиці, утворює інтегрований організаційно-правовий механізм. Об'єднаний управлінський потенціал цього механізму є більш впливовим та ефективним, виходячи з інтеграції двох окремих потенціалів (організаційного та правового) у єдину конструкцію. При цьому спостерігається пряма та зворотна субординаційні залежності: організаційні форми управлінського механізму здатні визначати його правові форми, а правові форми цілком спроможні стимулювати виникнення нових організаційних форм перетворення соціального середовища. Проте у більшості випадків наукова спільнота оперує терміном «організаційно-правовий механізм», а не навпаки[2].

У сучасній науковій літературі сутність та зміст організаційно-правових механізмів як правило розглядаютьсяу вигляді:сукупностівзаємопов'язаних принципів, форм, методів, процедур, інструментів управління, організаційних структур, які його забезпечують (організаційна частина механізму), а також правових норм та механізмів правового регулювання, які діють на основі конституційно-правових норм, прийнятих у державі (правова частина механізму).

На цій основі організаційно-правовий механізм взаємодії України з Організацією Північноатлантичного договору (НАТО) може бути визначений як сукупність взаємопов'язаних принципів, форм, методів, процедур, інструментів, планів, намірів державних структур, об'єднаних метою євроатлантичної інтеграції України, та конституційних, інших нормативно-правових норм, владних механізмів правового регулювання, які практично забезпечують євроатлантичний інтеграційний процес з метою набуття державою повноцінного членства в Альянсі.

Щоб дослідити організаційно-правовий механізмспівробітництва України з НАТО, необхідно з'ясувати сутність, зміст, структуру, динамічні ознаки розвиткуйого елементів, їх взаємозв'язки, вплив на внутрішнє та зовнішнєсередовище.

У структурі першого блоку цього механізму необхідно визначити (осмислити) низку суспільно-психологічних утворень, що розвивають процеси формування та втілення в життя євроатлантичної стратегії України. Йдеться про потреби, інтереси, цілі, мотиви, стимули великих соціальних груп (частин українського суспільства), які схвалюють проєвропейську та проатлантичну орієнтацію України. Окремо слід вказати на вольовий компонент щодо досягнення намічених цілей як широкого загалу, так і владних структур, що забезпечують реалізацію євроатлантичнихнамірів України. Доцільно виділити ціннісний аспект євроатлантичних прагнень суспільства і держави, індивідуальні та колективні способи ідентифікації українства з європейською спільнотою народів та створених ними наддержавних інституцій (в тому числі Організацією Північноатлантичного договору).

Так само важливо розкрити суспільно-психологічні показники (інтереси, цілі, мотиви, стимули, орієнтації) тієї частини населення України, що виступає проти євроатлантичної інтеграції, а також визначити тенденції кількісних змін у середовищі антипатиків НАТО. Це неможливо здійснити без врахування факторів зовнішнього впливу на Україну. Насамперед йдеться про Російську Федерацію, яка у збройно-силовий спосіб на основі інструментарію гібридної війни намагається перешкодити євроатлантичному просуванню України. У цьому контексті надзвичайно важливо виділити феномен інформаційних (інформаційно-психологічних) війн, ініційованих чинним російським керівництвом проти України з метою послаблення (руйнування) євроатлантичних настроїв населення усіх без винятку регіонів, починаючи зі східних та південних. Маючи на увазі управлінські технології та технічні засоби, що застосовуються Росією проти України в умовах гібридної війни, необхідно виокремити мас-медійний та соціально-мережевий ресурси РФ, якіспрямовуються на руйнування не лише євроатлантичних намірів Української держави та суспільства, а й повне заперечення українських державотворчих спроможностей та національної ідентичності.

У структурі другого блоку організаційно-правового механізму співробітництва України з Організацією Північноатлантичного договору головну увагу слід зосередити на НАТО-орієнтованих управлінських рішеннях, що засвідчують відданість держави раніше проголошеним євроатлантичним прагненням та розкривають механізми їх практичного забезпечення. При

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

цьому важливо деталізувати діяльність глави держави (Президента України), а також конституційних органів влади (Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України), органів виконавчої влади (Міністерства закордонних справ України, Міністерства оборони України) з питань розробки та прийняття конкретних документів (програм) з питань євроатлантичної інтеграції держави.

Діяльність Президентів України з питань співробітництва України з НАТО слід диференціювати на періоди відповідно до часу перебування на цій посаді конкретних політиків[3]. На наш погляд, доцільно виокремити шість таких періодів, починаючи з моменту здобуття незалежності у 1991 р. та запровадження посади Президента України:

Президент України Л. Кравчук (1991-1994 рр.) – період започаткування співпраці України з Організацією Північноатлантичного договору;

Президент України Л. Кучма (1994-2005 рр.) – період поглиблення співпраці України з НАТО;

Президент України В. Ющенко (2005-2010 рр.) – період уповільнення співпраці України з Альянсом;

Президент України В. Янукович (2010-2014 рр.) – період гальмування співпраці України з Організацією Північноатлантичного договору;

Президент України П. Порошенко (2014-2019 рр.) – періодприскорення співпраці України з НАТО з конституційним закріпленням її майбутнього членства в НАТО;

Президент України В. Зеленський (після 2019 р.) – період продовження співпраці України з Альянсом [4].

Всі шість зазначених періодів відрізняються між собою за глибиною планування та масштабом взаємодії України з Альянсом, створенням організаційних та правових механізмів взаємодії сторін, а також досягнутими результатами.

Ключовими подіями за участю глав Української держави у контексті співпраці України з НАТО стали наступні.

Період перебування на посаді Президента України Л. Кравчука. У 1992 р. генеральний секретар НАТО М. Вернер на запрошення української сторони вперше відвідав Україну. За підсумками візиту Україна доєдналася до Ради Північноатлантичного співробітництва (РПАС, зараз – Рада Євроатлантичного партнерства, РЄАП). У тому ж році було відкрито Посольство України в Брюсселі.У 1994 р. Україна перша серед пострадянських країн підписала рамковий документ програми НАТО «Партнерство заради миру» (ПЗМ) та передала в штаб-квартиру Альянсу Презентаційний документ ПЗМ.

Період перебування на посаді Президента України Л. Кучми. У 1995 р. сторони підписали першу Індивідуальну програму партнерства (ІПП) між Україною і НАТО. У 1996 р.було визнано за необхідне створити посаду Головного координатора у співробітництві України з НАТО і Західноєвропейським союзом у військовій галузі. 09.07.1997 р. відбулась надзвичайно важлива подія щодо євроатлантичних перспектив України: Президент України, Генеральний секретар НАТО та лідери 16 країн-членів Альянсу (на той момент) під час Мадридського саміту підписали Хартію про особливе партнерство між Україною та Організацією Північноатлантичного договору. На виконання Хартії наступного року було створено Комісію Україна – НАТО (КУН) – орган прийняття рішень щодо подальшого розвитку відносин між Північноатлантичним альянсом і Україною та координації спільної діяльності. У 2001 р. було прийнято Державну програму співробітництва України з НАТО на 2001-2004 рр., яка започаткувала традицію щорічного підписання подібних програм. Того ж року було затверджено Положення про національних координаторів співробітництва України з НАТО. 2003 р. запам'ятався запровадженням посади Уповноваженого України з питань європейської і євроатлантичної інтеграції. Крім того, тоді ж було створено Національний центр з питань євроатлантичної інтеграції як консультативно-дорадчий (дорадчий) орган при Президентові України.

Період перебування на посаді Президента України В. Ющенка. У 2005 р. Україна як учасниця Програми ПЗМ повторно наголосила на політичному прагненні набути повноцінного членства в НАТО. КУН прийняла рішення про активізацію діалогу з цього питання. У Воєнній доктрині України від 21.04.2005 р. було акцентовано: «Україна готується до повноправного членства в НАТО та ЄС». У 2006 р.було створено нові органи, орієнтовані на пришвидшення процесу євроатлантичної інтеграції України: Національну систему координації співробітництва України з НАТО, Міжвідомчу комісію з питань підготовки України до вступу в НАТО як консультативно-дорадчий орган при Президентові України. 3.04.2008 р. на Бухарестському саміті Північноатлантичної ради НАТО на рівні глав держав було прийнято рішення про те, що Україна і Грузія в майбутньому приєднаються до Альянсу. При цьому точних дат вступу названо не було. З метою часткового виправлення ситуації 21.08. 2009 р. було підписано Декларацію про доповнення Хартії про особливе партнерство між Україною і НАТО, в якій було розширено повноваження КУН.

Період перебування на посаді Президента України В. Януковича. У квітні 2010 р. глава держави ліквідував раніше створені консультативно-дорадчі органи – Міжвідомчу комісію з питань підготовки України до вступу в НАТО та Національний центр з питань євроатлантичної інтеграції. Із чинного законодавства були вилучені положення про євроатлантичні наміри України. Пропагандистське прикриття «розвороту України назустріч РФ», започатковане четвертим главою держави, було побудовано на основі Указу Президента України від18.11.2010 р. «Про забезпечення продовження конструктивного партнерства України з Організацією Північноатлантичного договору». Як наслідок, євроатлантична тематика вдержавотворчому дискурсі України виявилась істотно послабленою (хоча й не вилученою повністю).

Період перебування на посаді Президента України П. Порошенка. Насамперед п'ятий глава Української держави, використовуючи повноваження суб'єкта законодавчої ініціативи, вніс на розгляд Верховної Ради України низку законопроектів (включно з поправками до Конституції України), які не лише відроджували процес євроатлантичної інтеграції України, а й переводили його в практичну площину (про них йтиметься далі). Євроатлантична інтеграція офіційно проголошу-

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

валась «фундаментальним національним інтересом України». У Преамбулі до Конституції зазвучало положення про «незворотність європейського та євроатлантичного курсу України». Конституційні повноваження Верховної Ради України, Президента України, Кабінету Міністрів України доповнились пунктом про «набуття повноправного членства України в Організації Північноатлантичного договору». На додаток до цього, у 2017 р. було введено в дію Концепцію вдосконалення інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2017-2020 роки.

Період перебування на посаді Президента України В. Зеленського. 30.10.2019 р. главою держави були затверджені нове Положення про Комісію з питань євроатлантичної інтеграції України та оновлено її склад. 05.02.2020 р. український уряд схвалив Річну національну програму під егідою Комісії Україна – НАТО на 2020 рік (РНП-2020). У 2020 р.Україна офіційно подала заявку на участь у Програмі розширених можливостей НАТО (NATO's Enhanced Opportunities Program – EOP) та стала її учасником. У 2021 р. Президент України затвердив нове Положення про Річні національні програми під егідою Комісії Україна – НАТО та затвердив чергову РНП на 2021 р.

Діяльність Верховної Ради України з питань співробітництва України з НАТО. Першим парламентським документом у сфері співробітництва України з НАТО стала Постанова Верховної Ради України від 21.11.2002 р. «Про рекомендації парламентських слухань про взаємовідносини та співробітництво України з НАТО» [5]. У цьому документі український парламент вперше висловив свою підтримку курсу на набуття Україною повноправного членства в Організації Північноатлантичного договору.

Закон України від 19.06.2003 р. «Про основи національної безпеки України» до пріоритетів національних інтересів України відніс «інтеграцію України в європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в Європейському Союзі та в євроатлантичний безпековий простір з метою набуття членства в Організації Північноатлантичного договору» [6].

Протилежний вектор руху в напрямі «від НАТО» продемонстрував Закон України від 01.07.2010 р. «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики України» [7]. Документ визначив позаблоковий статус Української держави, що робило неможливим продовження її євроатлантичної інтеграції. На основі цього Закону були внесені відповідні поправки в чинне законодавство (зокрема із Закону України від 19.06.2003 р. «Про основи національної безпеки України» була вилучена мета щодо набуття членства в Організації Північноатлантичного договору).

23.12.2014 р. Верховна Рада України за поданням Президента України ухвалила Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо відмови України від здійснення політики позаблоковості» [8]. Відповідно до цього Закону, у ст. 6 Закону України «Про основи національної безпеки України» від 10.06.2003 р. було відновлено положення, що серед пріоритетів національних інтересів є інтеграція України у європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в Європейському Союзі та в євроатлантичний безпековий простір з метою набуття членства в НАТО.

Закон України «Про національну безпеку України» від 21.06.2018 р. посилив нормативно-правову фіксацію євроатлантичного курсу держави [9]. Зокрема, фундаментальним національним інтересом України було визначено «інтеграцію України в європейський політичний, економічний, безпековий, правовий простір, набуття членства в Європейському Союзі та в Організації Північноатлантичного договору». Чіткість формулювання наміру щодо євроатлантичної інтеграції України посилилась за рахунок віднесення євроатлантичного вектору до «фундаментальних національних інтересів»у цьому Законі.

07.02.2019 р. положення про євроатлантичний курс України вперше в умовах її незалежного державно-політичного розвитку були внесені в Основний Закон України [10]. Цим же Законом з Конституції України було виключено пункт 14 розділу XV «Перехідні положення», який передбачав використання існуючих військових баз на території України для тимчасового перебування іноземних військових формувань на умовах оренди відповідно до міжнародних договорів.

Парламентська увага до продовження євроатлантичного курсу України була продовжена Законом України від 03.12.2019 р. «Про Заяву Верховної Ради України щодо першочергових кроків забезпечення євроатлантичної інтеграції України – набуття повноправного членства України в Організації Північноатлантичного договору» [11]. У своїй Заяві Верховна Рада України нагадала, що сьогодні Україна фактично є східним кордоном НАТО і своєю самовідданістю у відсічі російської агресії робить значний внесок у гарантування миру і безпеки на всьому трансатлантичному просторі. Український парламент заявив, що підтримка інтеграції України в НАТО і надання нашій державі Плану дій щодо членства в Альянсі (ПДЧ) є найбільш ефективною та вивіреною інвестицією у забезпечення миру і безпеки, черговим кроком до зміцнення системи міжнародної безпеки. Законодавчий орган України закликав парламенти держав-членів НАТО на виконання пункту 23 Декларації Бухарестського саміту НАТО 2008 р. звернутися до міністрів закордонних справ своїх держав з пропозицією прискорити надання Україні ПДЧ.

На основі цих та інших документів склався механізм парламентського співробітництва України з НАТО [12]. Його складовими є: а) законодавче забезпечення питань, пов'язаних з відносинами між Україною та НАТО; б) співпраця Верховної Ради України з Парламентською асамблеєю НАТО (у Парламентській асамблеї НАТО Україна представлена Постійною делегацією Верховної Ради, яка з травня 1992 р. має статус асоційованого члена); в) парламентський контроль за реалізацією законодавчих рішень щодо інтеграції України в євроатлантичний безпековий простір, досягнення критеріїв, необхідних для набуття членства в НАТО.

*Діяльність Кабінету Міністрів України, інших органів виконавчої влади з питань співробітництва України з НАТО*доцільно розглянути на основі низки державних програм, затверджених Президентом України. Виконання цих програм покладалось (покладаєть-

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

ся) на органи виконавчої влади, насамперед на Міністерство оборони та Міністерство закордонних справ [13]. Хронологічними віхами у цій площині стали наступні програми.

2001 р.: Державна програма співробітництва України з НАТО на 2001-2004 рр.;

2002 р.: План дій Україна – НАТО. Документ визначив стратегічні цілі і пріоритети України для досягнення повної інтеграції у євроатлантичні структури безпеки та для створення стратегічних рамок для існуючого і майбутнього співробітництва України з НАТО відповідно до Хартії про особливе партнерство.

2003-2009 рр.: Україна щорічно представляла Цільові плани для досягнення принципів і цілей, викладених в Плані дій. Плани формувались на основі пропозицій міністерств і відомств й містили конкретні завдання в різних сферах (внутрішньополітичні питання, зовнішня політика, реформування структур безпеки та оборони, інформування громадськості, інформаційна безпека, а також економічні та правові питання).

2004 р.: Державна програма інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007 рр., а також Державна програма підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції України;

2008 р.: Державна цільова програма інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2008-2011 роки.

Починаючи з 2009 р., річні цільові плани сторони замінили на річні національні програми співробітництва України з Альянсом.

2009-2010 рр.: Річні національні програми з підготовки України до набуття членства в Організації Північноатлантичного договору.

2011-2021 рр.: Річні національні програми співробітництва Україна-НАТО (Річні національні програми під егідою КУН) за винятком 2014 р.

Висновки. Наголосимо на головній суперечності у практичному здійсненні євроатлантичного руху України. Маючи конституційне закріплення намірів щодо майбутнього членства в НАТО, українська державотворча елітане забезпечила спадкоємності державного курсу з питань євроатлантичної інтеграції держави та накопичення конструктивізму на цьому шляху. Євроатлантичне просування України не стало настільки переконливим, щоб у нього повірили політичне керівництво НАТО та наявні держави-члени цієї організації. Станом на 2021 р. в Україні існують політичні сили, що виступають за продовження процесу євроатлантичної інтеграції держави (їх конституційна більшість), та політичні сили, що виступають проти цього (їх меншість, проте вони присутні у структурах влади, насамперед у законодавчому органі держави). Переконливою ілюстрацією недосконалості організаційно-правового механізму з питань прискорення євроатлантичної інтеграції України залишається відсутність Плану дій щодо членства України в НАТО (ПДЧ), що гальмує процес подальшого розширення Альянсу за участю демократично орієнтованих пострадянських держав (зокрема України).

Розглянутий у статті організаційно-правовий механізм співробітництва України з НАТО є ефективним лише частково. На його основі налагоджено «середній» рівень співробітництва сторін – на рівні комісій, програм, окремих акцій за участю глав держав, міністрів, парламентських або урядових делегацій. Головної мети – вступу України до НАТО – зазначений механізм не виконав. Як у його організаційній, так і правовій частинах не вистачає складників, зданих забезпечити реформування Української держави відповідно до апробованих демократичних взірців. Йдеться про судову реформу, антиолігархічну реформу, антикорупційну реформу, реформу місцевого самоврядування, а також повне приведення складників сектора безпеки і оборони України до західних стандартів. «Недореформована» Україна не може стати членом Організації Північноатлантичного договору, про що періодично нагадують західні лідери. Відповідно, організаційно-правовий механізм співробітництва України з НАТО потребує подальшого якісного удосконалення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Одінцова Г.С., Дзюндзюк В.Б., Мельтюхова Н.М. та ін. Механізми державного управління / Енциклопедія державного управління: у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України ; наук.-ред. колегія: Ю.В. Ковбасюк (голова) та ін. Київ: НАДУ, 2011. Т. 2: Методологія державного управління / наук.-ред. колегія: Ю.П. Сурмін (співголова), П.І. Надолішній (співголова) та ін. 2011. 692 с.
2. Басараб О.Т. Організаційно-правові механізми забезпечення правопорядку у Збройних Силах України та інших військових формуваннях. *Юридичний науковий електронний журнал.* 2021 URL: http://www.lsej.org.ua/8_2020/5.pdf (дата звернення: 24.05.2021).
3. Червоненко В. П'ять Президентів України: чим вони запам'ятались. BBC News. 2021. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/features-48188256. дата звернення: 26.05.2021).
4. Бень Я. Діяльність Президентів України з питань євроатлантичної інтеграції України. *Електронне наукове фахове видання «Державне управління: удосконалення та розвиток»*. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=2053 (дата звернення: 27.05.2021).
5. Постанова Верховної Ради України про рекомендації парламентських слухань про взаємовідносини та співробітництво України з НАТО, ст. 1, 2002. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/233-IV#Text (дата звернення: 28.05.2021).
6. Закон про основи національної безпеки України, ст. 6. 2003 (Верховна Рада України). Відомості Верховної Ради України, № 39, С. 351.
7. Закон про засади внутрішньої і зовнішньої політики України, ст. 11. 2010 (Верховна Рада України). Відомості Верховної Ради України, № 40, С. 527.
8. Закон про внесення змін до деяких законів України щодо відмови України від здійснення політики позаблоковості, ст. 2. 2015 (Верховна Рада України). Відомості Верховної Ради України, № 4, С. 13.
9. Закон про національну безпеку України, ст. 3. 2018 (Верховна Рада України). Відомості Верховної Ради України, № 31, С. 241.
10. Конституція України, ст. 85, ст. 102, ст. 116. 1996 (Верховна Рада України). Відомості Верховної Ради України, № 30, С. 141
11. Закон про Заяву Верховної Ради України щодо першочергових кроків забезпечення євроатлантичної інтеграції Ук-

країни – набуття повноправного членства України в Організації Північноатлантичного договору, ст. 1. 2019 (Верховна Рада України). Відомості Верховної Ради України, № 2, С. 19.
12. Парламентський вимір співробітництва України з НАТО. Міністерство закордонних справ України. 2021. URL: https://ukraine-nato.mfa.gov.ua/ukrayina-nato/parlamentskij-vimir-spivrobit-nictva-ukrayini-z-nato (дата звернення: 01.06.2021).
13. Державні програми та плани співробітництва. Місія України при НАТО. 2021. URL: https://nato.mfa.gov.ua/dokumenti/derzhavni-programi-ta-plani-spivrobitnictva (дата звернення: 01.06.2021).

REFERENCES

1. Odintsova H., Dziundziuk V., Meltiukhova N. Mechanisms of public administration / Encyclopedia of public administration: in 8 volumes / National Academy of Public Administration under the President of Ukraine. Kyiv. Volume 2: Methodology of public administration. P. 375-376.
2. Basarab O. Organizational and legal mechanisms for ensuring law and order in the Armed Forces of Ukraine and other military formations. *Legal scientific electronic journal.* URL: http://www.lsej.org.ua/8_2020/5.pdf. (appeal date: 24.05.2021).
3. Chervonenko V. Five Presidents of Ukraine: what they remembered. BBC News. 2021. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/features-48188256 (appeal date: 26.05.2021).
4. Ben Y. Activities of the Presidents of Ukraine on Euro-Atlantic integration of Ukraine. *Electronic scientific professional publication "Public Administration: Improvement and Development".* URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=2053 (appeal date: 27.05.2021).
5. Resolution of the Verkhovna Rada of Ukraine on the recommendations of the parliamentary hearings on Ukraine's relations and cooperation with NATO. Art. 1, 2002. URL: https://nato.mfa.gov.ua/dokumenti/derzhavni-programi-ta-plani-spivrobitnictva (appeal date: 28.05.2021).
6. Law on Fundamentals of National Security of Ukraine, Art. 6. 2003. Information of the Verkhovna Rada of Ukraine, № 39, P. 351.
7. Law on Principles of Domestic and Foreign Policy of Ukraine, Art. 11. 2010. Information of the Verkhovna Rada of Ukraine, № 40, P. 527.
8. Law on Amendments to Certain Laws of Ukraine Concerning Ukraine's Refusal to Implement a Non-Bloc Policy, Art. 2. 2015. Information of the Verkhovna Rada of Ukraine, № 4, P. 13.
9. Law on National Security of Ukraine, Art 3.2018. Information of the Verkhovna Rada of Ukraine, № 31, P. 241.
10. Constitution of Ukraine, art. 85, 102, 116. Information of the Verkhovna Rada of Ukraine, № 30, P. 141.
11. Law on the Statement of the Verkhovna Rada of Ukraine on Priority Steps for Ensuring Ukraine's Euro-Atlantic Integration – Acquisition of Full Membership of Ukraine in the North Atlantic Treaty Organization, Art. 1. 2019. Information of the Verkhovna Rada of Ukraine, № 2, P. 19.
12. Parliamentary dimension of Ukraine's cooperation with NATO. Ministry of Foreign Affairs of Ukraine. 2021. URL: https://ukraine-nato.mfa.gov.ua/ukrayina-nato/parlamentskij-vimir-spivrobit-nictva-ukrayini-z-nato (appeal date: 01.06.2021).
13. State programs and cooperation plans. Ukraine's mission to NATO. URL: https://nato.mfa.gov.ua/dokumenti/derzhavni-programi-ta-plani-spivrobitnictva (appeal date: 01.06.2021).

Organizational And Legal Mechanism Ukraine's Cooperation With NATO: Developments And Disadvantages

Yana Ben

Annotation. The study was conducted on the basis of the contradictory nature of Ukraine's cooperation with the North Atlantic Treaty Organization, established in 1992. On the onehand, Ukraine has consistently stated its intention to integrate into NATO as a full member. The country has formed an organizational and legal mechanism for cooperation with NATO. The reis an indefinite Charter on a Distinctive Partnership between Ukraine and NATO. Intentions for full membership in the Alliance are included in the Constitution of Ukraine and national security legislation. The norm of cooperation between the parties is the development and signing of various programs for cooperation in security, defense, education and other areas. The majority of Ukrainian society supports the state's intention to join NATO. On the other hand, despite long-term cooperation with the Alliance, Ukraine has not receivedan Action Plan for NATO membership, which makes the ultimate goal of integration unattainable. The main obstacle to Ukraine's Euro-Atlantic integration has been and remains the insufficient pace of reforming the country's political, economic, judicial and other basic systems, as well as the security and defense sector. The over all result of the study is to emphasize the attention of the Ukrainian side to the need to accelerateur gent state reforms, update the existing organizational and legal mechanism of cooperation between Ukraine and NATO, bringing all components of the security and defense sector to Western standards. The conclusions point to the main contradiction in the practical support of Ukraine's Euro-Atlantic movement: the national state-building elite did not ensure the continuity of the political course on Euro-Atlantic integration and the accumulation of constructivism along the way. The hypothesis of the study was to prove the existence of a "medium" level of cooperation between Ukraine and NATO on the basis of the existing organizational and legal mechanism, which does not yetallow to raise the issue of Ukrainian integration into the Allianceon a full basis.The hypothesis is generally proven. It is considered appropriate to further monitor the state, problems of functioning, prospects for the development of the organizational and legal mechanism of Ukraine's cooperation with NATO with the formulation of appropriate recommendations to improveits effectiveness.

Keywords: *mechanism of public administration, organizational and legal mechanism, Organization of the North Atlantic Treaty, NATO, Alliance, Euro-Atlantic integration of Ukraine.*

Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, IX(46), I.: 254, 2021 Jun. www.seanewdim.com
The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

PUBLIC RELATIONS

Способи та форми подолання кризових ситуацій в PR: зміна піар-стратегій під впливом COVID-19

Н. С. Ухаліна

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Corresponding author. E-mail: nukhalina833@gmail.com

Paper received 27.05.21; Accepted for publication 13.06.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-12

Анотація. У пропонованій статті систематизовано досвід досліджень з паблік рілейшнз, а також зміна та побудова піар-стратегій під впливом COVID-19, її особливості та шляхи втілення. Розглянуто досвід попередніх стратегій та новітні підходи до паблік рілейшнз. На основі теоретичних досліджень та практичних напрацювань запропоновано заходи для створення ефективної піар-стратегії, яка працюватиме на позитивний імідж компанії або особи в умовах пандемії.

Ключові слова: *стратегія, імідж, стратегічні рішення, інформаційне забезпечення, контент-аналіз, комунікація, сприя-тливе середовище взаємодії.*

Вступ. Дослідження проблеми, пов'язаної з осмисленням підходів до формування піар-стратегії є актуальним у зв'язку тим, що у наш час паблік рілейшнз відіграє важливу роль у створенні успішного бізнесу чи позитивного іміджу особи. Із часом ця сфера діяльності набирає все більших обертів, а можливості її функціонування розкриті поки що не в повній мірі. Проте, в період пандемії напрямки та форми піар-стратегій зазнали змін та доповнень. Недостатньо вивченими є питання, зокрема, стратегічних рішень в паблік рілейшнз, швидкого реагування в екстрених ситуаціях, які є основою успішного розвитку PR. З огляду на це, маємо всі підстави привернути увагу дослідників до поставленої проблеми.

Короткий огляд публікацій по темі. Питання стратегічних рішень в PR вивчають такі дослідники: Д-р Рекс Херлоу, Невзлін Л. Б., Сем Блек, Пітер Р. Діксон, Лоуренс В. Лонгі та інші. Серед українських науковців це питання вивчають Г. Поцепцов, І. Вікентьєв, В. Бебик, І. Альошина та інші. Однак деякі аспекти дослідження проблеми залишилися поза увагою дослідників. До того ж, зважаючи на постійний розвиток та зміни у сфері паблік рілейшнз, потребують постійної уваги та комплексного підходу до вивчення зазначеної проблематики. Тому дослідження питання паблік рілейшнз у період світової пандемії є актуальним.

Першими книгами, що сформували знання про піар стали «Паблік рілейшнз. Кому це потрібно?» [7] Л.Б. Невзліна та «Паблік рілейшнз. Що це таке?» С.Блека [3]. Ці книги вийшли у 1990-1993 роках і відчинили двері у нову сферу, яка просторах СНД була досі невідомою. Саме Сем Блек став засновником цього напрямку і ввів його у маси. До цього часу теж були спроби описати PR. Наприклад, "Паблік рілейшнз. Система пропаганди великого бізнесу США" Н. Заблюк. Проте, вона, як і більшість інших, залишилася непоміченою.

Сучасний книговидавничий ринок має велику кількість публікацій про піар. Серед українських науковців активно досліджують піар Бебик, І. [1], Г. Почепцов [9], Моісеєв В. А, [6], О.Шевченко [10], Т.Дмитрова [4], Білоус, В. С. [2] та інші.

Мета статті полягає в поглибленому дослідженні зміни піар-стратегій в умовах пандемії та формуванні способів та форм подолання кризових ситуацій в PR.

Матеріали та методи. Методологія дослідження ґрунтується на застосуванні методів аналізу, синтезу й порівняння – для всебічного розгляду проблеми.

Результати та їх обговорення. Сутність паблік рілейшнз найкраще передати такими словами, як «громадські комунікації». Часто PR помилково порівнюють із роботою прес-служб, які належать до «тактичних комунікацій», в той час, як PR є «стратегічними комунікаціями». Також їх помилково відносять до реклами, хоча сфера паблік рілейшнз охоплює ці сфери і в своєму поєднанні має іншу мету. Якщо реклама має на меті продати продукт, то PR ставить перед собою більш глобальну ціль, а саме – формування громадської думки, створення позитивного іміджу компанії [8].

За версією професора С. Блека паблік рілейшнз містить такі напрямки: взаємодія з засобами масової інформації, промислові відносини, фінансові відносини, дослідження та статистика, споживчі відносини та суспільна думка [3].

Піармени перед тим, як почати будувати піар-стратегію повинні проаналізувати стосунки, які склалися між компанією та громадськістю, оцінити дії підприємства, з'ясувати думки та оцінки щодо підприємства та розробити різні форми стратегії [11].

В умовах пандемії більшість підприємств були змушені редагувати або повністю переробляти свої стратегії. Велика частина українського бізнесу, на відміну від західного, робив акцент на маркетингу, ставлячи на меті продати, не переймаючись про подальші перспективи, не приділяючи уваги піару. Такі дії спрямовані, перш за все, на економію коштів. Проте, світовий досвід продемонстрував таку тенденцію: чим гірша ситуація, тим більше має бути комунікацій. Репутація – найважливіший ресурс у сучасному світі. Ринок товарів та послуг на сьогоднішній день настільки перенасичений, що довіру клієнтів можна завоювати тільки грамотними стратегічними комунікаціями та вмінням правильно спілкуватися зі своєю аудиторією.

В таких умовах піар набуває нових функцій: тепер це не лише про створення позитивного іміджу, це – про управління ризиками. Від цього управління безпосередньо залежить економічний успіх компанії. Пандемія

 ©N. S. Ukhalina 2021

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

стала причиною діджиталізації. Компанії, які швидко зреагували на нові умови, зробили усе для того, щоб налагодити зв'язки зі своєю аудиторією. Ті компанії, що не адаптувалися до нових реалій – зазнали поразки.

У той час, коли більшість людей залишилися вдома та основну частину часу проводили в Інтернеті, достукатися до аудиторії через соціальні мережі було безпрограшним варіантом. На 2020 рік піармени запланували багато офлайн-івентів, які довелося перенести в онлайн-формат. Багато компаній зробили віртуальні запуски нових продуктів.

Аналітики прогнозують складну економічну ситуацію на найближчий рік і коли вона піде на спад поки що невідомо. Саме тому бізнес повинен розробити антикризову стратегію. Ті компанії, які зазнали значних втрат почали піклуватися про створення піар-компанії, яка допоможе втриматися на плаву та побудує позитивний імідж, за допомогою якого не втрачатиме зв'язку з аудиторією у складні часи.

На думку В. Королько [5], правильна піар-стратегія має бути побудована за такими принципами:

- Визначення ролі і місії організації. Узгодження змісту і обсягу необхідної для виконання роботи.
- Формулювання ключових моментів, які вимагають змін та доопрацювання.
- Розробка системи індикаторів ефективності.
- Формування цілей, необхідних результатів.
- Розробка конкретного плану дій та шляхи їх досягнення.

Під час пандемії стратегічні комунікації вимагають змін та доповнень. Кроки, які необхідно виконати в PR під час кризової ситуації:

- Аналіз поточної ситуації. Для цього необхідно проаналізувати зовнішні чинники: ситуацію на ринку, споживчі настрої та зміни патернів поведінки. Визначити, що робили конкуренти, які інструменти комунікації з аудиторією використовували, дослідити світові тренди та прогнози. Дослідження внутрішньої аудиторії - SWOT-аналіз - дослідження сильних та слабких сторін, можливостей та загроз.
- Формування комунікаційних цілей та завдань. Цей етап передбачає безпосередньо розкладання цілей на конкретні комунікаційні завдання - кроки та заходи, які допоможуть досягти результату.
- Створити карту цільової аудиторії. Визначити сегмент, на який орієнтовані товари чи послуги компанії, визначити з якими проблемами стикаються клієнти та як їх можна вирішити, проаналізувати як змінився споживач за останні роки та безпосередньо за час пандемії. Окрім споживачів не варто забувати і про інших стейкхолдерів: ЗМІ, органи влади, партнери, з якими теж потрібно побудувати правильну комунікацію.
- Розробити основні комунікаційні повідомлення з урахуванням особливостей карантинних умов. Ключові повідомлення – це короткі повідомлення, що залишається в пам'яті клієнта. Для створення ефективних ситуацій необхідно писати чітко та зрозуміло, простими словами, використовувати текстову стилістику, за якою буде легко впізнати саме вашу компанію, бути чесними та відвертими з аудиторією. Довіру споживачів може викликати привязка до умов пандемії. Це може бути будь-що: нагадування правил безпеки, інформація про те, що частина витрачених коштів піде на допомогу лікарям тощо.
- Прописати тактику і стратегію. Вибрати канали та інструменти комунікації. На цьому етапі потрібно вирішити такі питання: Хто цільова аудиторія? Що їй цікаво? Які ЗМІ найкраще передадуть ваші ключі? Які комунікаційні інтереси варто використовувати?
- Розпланувати бюджет. Визначити ключові показники ефективності.

Комунікаційна стратегія – гнучкий інструмент, який в залежності від обставин треба змінювати коригувати та адаптувати. Пандемія показала, що ті компанії, що готові до швидких змін та рішучих дій у своїх стратегіях, можуть втримати позиції та залишитися на плаву в умовах кризи.

Висновки. Зважаючи на те, що коронавірусна ситуація значно вплинула на стан бізнесу, до паблік рілейшнз почали висовувати нові вимоги. У зв'язку з цим, сфера піару однією з перших мала пристосуватися до нових умов та побудувати нові стратегічні підходи формування піар-стратегії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз / В. Бебик. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
2. Білоус, В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз в економічній діяльності): навч. Посіб / В. С. Білоус. – К. : КНЕУ, 2005. – 275 с.
3. Блэк Сэм Паблик рилейшнз. Что это такое? / Блэк Сэм. – М., 1990. – 216 с.
4. Дмитрова,Т. В. Психологічні особливості політичної соціалізації українського студентства Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина української держави / Дмитрова Т. В. // – К., 2014. – Вип. 1(15). – С.351-359.
5. Королько, В. Г. Паблик рілейшнз. Наукові основи, методика, практика / Королько В. Г. – К. : Видавничий дім «Скарби», 2001. – 400 с.
6. Моисеев, В. А. Паблик рилейшнз – средство социальной коммуникации (теория и практика) / Моисеев В. А. – К. : Дакор, 2002. – 506с.
7. Невзлін, Л.Б. Паблік рілейшнз – кому це потрібно?: Навч. Посіб/ Невзлін Л. – К., 1993. - 260 с.
8. Пазуха, М. Д. Реклама як складова маркетингових комунікацій у зовнішньоекономічній діяльності / М. Д. Пазуха, М. В. Ігнатович // Реклама у підприємницькій діяльності: навчальний посібник / М. Д. Пазуха, М. В. Ігнатович. – К. : ЦУЛ, 2006. – С. 27-35.
9. Почепцов, Г. Паблік рилейшнз: Навч. Посіб / Почепцов Г. – К., 2000. – 280 с.
10. Шевченко, А. Грамотный PR - это диалог компании с вашей целевой аудиторией / А. Шевченко // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 4. – С. 34-35.
11. Шевченко, О. Особливості застосування PR у публічному управлінні / О. Шевченко // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2016. – № 3 (7). – С. 47-56.

REFERENCES

1. Bebyk V. Information and communication management in global society: psychology, technology, technology of public

relations / V. Bebyk. - K .: MAUP, 2005. - 440 p.
2. Belous, VS Public Relations (public relations in economic activity): textbook. Method / VS Belous. - K.: KNEU, 2005. - 275 p.
3. Black Sam Public Relations. What is it? / Black Sam. - M., 1990. - 216 p.
4. Dmitrova, T. V. Psychological features of political socialization of Ukrainian students Problems of political psychology and its role in becoming a citizen of the Ukrainian state / Dmitrova T.V. // - K., 2014. - Issue. 1 (15). - P.351-359.
5. Korolko, VG Public Relations. Scientific bases, methods, practice / Korolko VG - K .: Publishing House "Treasures", 2001. - 400 p.
6. Moiseev, VA Public relations - a means of social communication (theory and practice) / Moiseev VA - K .: Dakor, 2002. - 506p.
7. Nevzlin, LB Public Relations - Who Needs It ?: Textbook. Method / Nevzlin L. - K., 1993. - 260 p.
8. Pazukha, MD Advertising as a component of marketing communications in foreign economic activity / MD Pazukha, MV Ignatovych // Advertising in business: a textbook / MD Pazukha, MV Ignatovych. - K.: TSUL, 2006. - p. 27-35.
9. Pocheptsov, G. Public relations: Textbook. Method / Pocheptsov G. - K., 2000. - 280 p.
10. Shevchenko, A. Competent PR is a dialogue of the company with your target audience / A. Shevchenko // Marketing and advertising. - 2018. - № 4. - P. 34-35.
11. Shevchenko, O. Features of PR in public administration / O. Shevchenko // Problems and prospects of economics and management. - 2016. - № 3 (7). - P. 47- 56.

Ways and forms of overcoming crisis situations in PR: change of PR strategies under the influence of COVID-19 worldview

N. S. Ukhalina

Abstract. The proposed article systematizes the experience of research on public relations, as well as the change and construction of PR strategies under the influence of COVID-19, its features and ways of implementation. The experience of previous strategies and the latest approaches to public relations are considered. Based on theoretical research and practical developments, measures are proposed to create an effective PR strategy that will work on a positive image of the company or person in a pandemic.

Keywords: *strategy, image, strategic decisions, information support, content analysis, communication, favorable environment of interaction.*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

SOCIAL COMMUNICATIONS

Основні тенденції розвитку української ділової журналістики у XXI ст.

В. М. Чекштуріна

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Харків, Україна
Correspondingauthor. E-mail: chekshturina.victoria@gmail.com

Paper received 15.06.21; Accepted for publication 27.06.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-13

Анотація. У статті розглядаються історичні передумови розвитку ділової преси, проведено теоретичний аналіз становлення українських ділових видань. У процесі пошуку теоретичних джерел становлення ділової преси, методологічною основою було обрано принцип історичного детермінізму. Дослідження показало, що зародженню ділової журналістики сприяли міжнародні торгівельні відносини, які активно розвивалися на початку XVII ст. Соціокомунікативний підхід дозволив сконцентруватися на комунікаційному процесі учасників ділової взаємодії, яка відбувалася засобами друкованої преси та виділити основні його ознаки. У результаті дослідження визначені особливості цільової аудиторії ділової преси, зазначені основні ознаки контенту ділових видань та доведена залежність бізнес-преси від стану економічного розвитку в країні.

Ключові слова: *ділова преса, бізнес-середовище, комунікант, контент, повідомлення, видання.*

Інтегративні процеси у світовому бізнес середовищі, глобалізація інформаційного простору, сприяють розширенню впливів медіагігантів на цільову аудиторію. В умовах розвитку ділової інтернет журналістики постають нові виклики перед українськими діловими виданнями. Медіаринок вже не обмежується територіально і навіть, англо-мовність найпопулярніших у світі ділових видань не є перешкодою для сприйняття інформації сучасними представниками бізнесу. Для висвітлення основних тенденцій розвитку української ділової журналістики зануримося у царину витоків ділової преси.

У сучасних умовах активного розвитку інтернет-комунікацій, українські ділові медіа переживають значні труднощі та залишаються малодослідженими. До розгляду специфіки ділових видань у різних аспектах звертались Л. Губерський, А. Денисенко, Л. Дудченко, Т. Климнюк, О. Кукушкін, А. Палійчук, Д. Пушкарьова та ін. Дослідниця Дудченко Л. провела ґрунтовне дослідження теоретичних наробок з проблематики бізнес-медіа і узагальнила матеріал у науковій монографії «Ділова преса України». Авторка зазначає: «Бізнес-медіа доволі давно перебувають у колі наукових проблем, що досліджуються в межах соціальних комунікацій. Західноєвропейська та американська комунікативістика вже накопичила значний досвід у вивчені історичних аспектів розвитку ділової преси, її типологічних особливостей, своєрідності сучасного стану та тенденцій розвитку» [2]. Вчена вважає, що витоки зародження бізнес-медіа потрібно шукати в американській пресі: «Зразком класичного дослідження з історії бізнес-медіа вважається праця Д. Форсіта, присвячена діловій пресі США XVIII–XIX ст.» [2]. Так, ми погоджуємося, що головні сучасні тренди ділової журналістики продукують у сучасному світі саме видання США, країна орієнтує кожного громадянина на досягнення економічного успіху, це найбільша країна за кількістю мільйонерів та мільярдерів, яка дійсно має сформований попит на бізнес-медіа. Однак, проведене нами дослідження свідчить, що зародження ділової преси відбувалося, ще у часи винаходу інформаційних бюлетенів для торговців, у європейських країнах XVI-XVII ст.

Мета статті: проаналізувати історію становлення ділової преси в Україні, виокремити основні особливості контенту ділових видань та зазначити перспективи розвитку українських бізнес медіа.

Методи дослідження. У процесі пошуку історичних витоків ділових видань, методологічним підгрунтям було обрано принципи історичного детермінізму. Виявлено, що економічний стан країни безумовно впливає на розвиток ділової журналістики. Соціокомунікативний підхід дозволив сконцентруватися на комунікаційному процесі учасників ділової взаємодії та виділити його особливості.

Результати та обговорення. Зосередимося на аналізі дефініції «ділова журналістика» та на її особливостях порівняно з іншими видами журналістики з точки зору соціокомунікативного підходу.

Дослідники Т.Климнюк, В. Гандзюк у статті «Ділова преса: історія та сучасність» наводять наступні тлумачення: «Ділова журналістика - вид журналістської діяльності, яка спрямована на створення та забезпечення функціонування засобів масової інформації, котрі обслуговують категорію людей, причетних до економіки й бізнесу. Ділова журналістика - спеціалізований підрозділ журналістики, зорієнтований на створення ділового видання, перевагою в змісті якого є політико-економічний аналіз фактів і подій [3]. Поняття «ділова преса» уведено В. Кулєвим, який вважає, що така преса призначена для спеціалістів, тобто має свою певну аудиторію. Завдання таких видань - формування інформаційної інфраструктури, яка забезпечує потреби підприємців, створення позитивного іміджу вітчизняного бізнесмена та інформує читачів про світ бізнесу. Ділова преса - тип друкованих видань, які покликані забезпечувати інформаційні потреби підприємництва за допомогою публікації тих чи інших матеріалів (як журналістських, так і статистичних, рекламних й інших), із метою створення інформаційного поля, що сприятиме розвиткові бізнесу [3]. Виходячи з цього, автори статті розробили класифікацію ділової преси:

а) ділові видання (подають інформацію тільки ділового характеру). Аудиторія: суб'єкти професійно-економічної діяльності (менеджери, економісти, фінансисти) та суб'єкти інших професійних сфер, які цікав-

 ©|*V. Chekshturina 2021*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

ляться бізнес-інформацією (деякими її елементами);

б) видання, які поряд із щоденною інформацією містять інформацію ділового характеру. Аудиторія цих видань найрізноманітніша: ділових людей така преса забезпечує різною інформацією, а пересічний читач узагалі може пропускати сторінки з бізнес-інформацією» [3].

Кулицький С. у статті «Про сегментацію ринку ділових періодичних видань в Україні» аналізує предумови виникнення ділової преси в Україні: «Розвиток ринкових відносин слугував поштовхом до появи ділової преси. Перші, по суті, ділові періодичні видання в Україні («Посредник», «Галицькі контракти», «Деловая Украина», «Блиц Информ», з грудня 1993 р. – «Бизнес») з'являються на прикінці 80 х – на початку 90 х років [5].

Кулицький С. диверсифікував формати ділової преси, таким чином:

1. Ділові консультативні періодичні видання;
2. Газети (періодика), об'яви;
3. Спеціалізовані ділові оглядово-аналітичні періодичні видання;
4. Універсальні оглядово аналітичні-ділові тижневики;
5. Щоденні ділові газети [5].

Дудченко Л. звертається до аналізу контенту ділових видань. «Ділова преса розглядається як періодичні видання, зорієнтовані на інформаційне обслуговування ринкових (товарно-грошових) відносин у суспільстві, що знаходить відображення у змісті представлених у цих виданнях повідомлень, переважна частина яких присвячена саме питанням економічного розвитку та суміжним темам. Тому, наприклад, журнали «Кореспондент», «Фокус», газету «Дзеркало тижня» слід відносити до категорії громадсько політичних, а тижневики «Бизнес», «Контракти», «Инвестгазета», «Эксперт Украина» тощо – до ділових видань. Деякі періодичні видання, як, наприклад, «Коментарі», позиціонують себе як «громадсько політичний та діловий тижневик»[2] .

Автори Климнюк Т. Гандзюк В. ретельно досліджують зміст і специфіку ділових видань: «Ділова преса є основним джерелом новин про події компаній, державне регулювання, пропозиції про роботу, продажі в галузі та навіть інвестиції, оскільки ділова преса часто пише про нові тенденції в бізнесі, перш ніж їх помітить загальна преса ЗМІ. Ділова преса пропонує поглиблені новини про окремі компанії та проблеми, що стоять перед різними галузями. Бізнес журналісти досліджують, як насправді працює бізнес і як він повинен функціонувати [3]. У той час, як написання та видання книг з управління бізнесом, можуть зайняти роки, щоб перейти від ідеї до досліджень, з часом, до типографії та книжкового магазину, ділова преса вирішує ті самі проблеми щомісяця, щотижня, щодня, а іноді і погодинно.

Наголосимо, що ділова преса містить, окрім організаційної та технологічної інформації стосовно бізнес-процесів, достатньо великий об'єм економічної інформації. У свою чергу, на думку колективу авторів Г. В. Козаченко, В. П. Пономарьова, О. М. Ляшенко, «економічна інформація – це сукупність цифр, фактів, відомостей та інших даних, які переважно кількісно відображають суспільно-економічні явища та процеси. Вона містить дані соціально-економічного планування та прогнозування, фінансових планів, первинного, оперативного й бухгалтерського обліку, статистичної звітності, економічного аналізу тощо. Економічну інформацію класифікують за фазами, стадіями та циклами відтворення, сферами економіки, ресурсами, що використовуються, факторами виробництва тощо» [4].

У своїх працях О. А. Осовський інформацію, що використовується в управлінні, у тому числі службою економічної безпеки підприємств, класифікує за різними ознаками [7]:

1) за формою відображення – візуальна (графіки, таблиці, табло тощо), аудіо інформація (сприймається на слух завдяки звукозапису), аудіовізуальна (поєднує інформацію у формі зображення та звуку);
2) за формою подання – цифрова та кодована;
3) за порядком виникнення – первинна та похідна;
4) за характером носіїв інформації – документована та не документована;
5) за призначенням – директивна (розпорядча), звітна та довідково-нормативна;
6) за напрямом руху – вхідна та вихідна;
7) за стабільністю – умовно-перемінна, умовно-постійна;
8) за способом відображення – текстова (алфавітна, алфавітно-цифрова) і графічна (креслення, діаграми, схеми, графіки);
9) за способом обробки – така, що піддається і що не піддається механізованій обробці. Залежно від функції, яку виконує інформація в управлінському циклі, вона буває розпорядчою, зворотного зв'язку, запам'ятовуючою тощо [7].

Л. Дудченко грунтовно аналізує специфіку бізнес-видання: «Ділова преса включає різноманітні різнорідні засоби масової інформації. Вона може включати діловий розділ щоденної газети та щотижневий діловий таблоїд, який можна знайти у більшості міст. Сюди також входять національні щоденні, щотижневі та щомісячні загальні ділові газети та журнали, такі як Wall Street Journal, Business Week, Fortune та Forbes. І зовсім недавно його сфера розширення включає ділові новини та функції, що базуються на Інтернеті. Торгові журнали становлять найбільшу категорію ділової преси. Кожна галузь має принаймні один журнал, що висвітлює це. Існують буквально тисячі журналів, що займаються повсякденними діловими тонкощами майже кожного можливого бізнесу. Можна з упевненістю сказати, що незалежно від того, наскільки малою чи новою є галузь, існує - або незабаром з'явиться - торговий журнал чи інформаційний бюлетень, який її висвітлює» [2].

Ділова преса забезпечує інформаційні потреби власників компаній та менеджерів, щоб вони вчасно орієнтувалися, що відбувається в їх галузі. Ділова преса також пропонує безліч можливостей для бізнес комунікацій та зв'язків з громадськістю, формує комунікативне поле для бізнес спільноти. Однак, як наголошує Патрікєєва М. П. в українському суспільстві, і досі не достатньо розвинутий попит на ділову пресу, більш детально проблемне поле аналізує О. Крамаренко головний редактор українського журналу «Гроші» зазначає, що головною проблемою ділової журналістики є: «Відсутність фондового ринку, бо саме це формує попит на ділову журналістику. Я маю на увазі акції, у які можуть вкладатися фізичні особи. А поки вони не цікавляться діловими новинами», - також журналіст виділяє два міфи про те, чому в Україні невелика кількість ділових видань. Міф

перший: «Немає читачів». Але ж хтось читає ці 1900 інтернет-ЗМІ, 3000 газет і дивиться 27 національних каналів. В Україні аудиторія для ділових ЗМІ є. У нас зареєстровані 423 великих компанії, 327 тис. малих компаній. 15 тис. компаній середнього бізнесу. Це також чиновники, політики, науковці, студенти, і 500 тис. ФОПів. Всі вони наша потенційна аудиторія». Міф другий: «Ніхто не пише на ділові теми». Насправді пишуть багато. Ми дослідили все, що писали українські ЗМІ, і подивилися за ключовими словами, що найбільше зустрічаються у новинах, які можна вважати економічними. У нас головне видання, яке більше за всіх пише про економіку – це газета «Сегодня» і «Страна.ua», ще «Ліга.net» і «Новое Время». Тобто, про економіку пишуть загальнонаціональні суспільно-політичні медіа» [8].

У 20-х роках XXI ст. спостерігається активний розвиток інтернет-версій журналістських творів, що створює сприятливі умови для виникнення нових спеціалізованих ділових видань, однак залишаються відкритими питання формування попиту на ділову інформацію у цільової аудиторії та виховання фінансової культури споживання якісного контенту.

Висновок. Отже, ділова преса активно розвивається в останні роки, була започаткована спільнотою торговців у європейських країнах у XVII ст. і на сьогодні, найбільш розвинутий сегмент бізнес-медіа сконцентрований у США та північних європейських країнах. Підвищення рівня економічного добробуту в Україні, сприятиме збільшенню попиту на інформацію ділового характеру та спровокує розвиток українських бізнес-медіа.

ЛІТЕРАТУРА

1. Губерський Л. В. Глобальні тенденції міжнародної конкуренції та міжнародного бізнесу // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. праць. Вип. 44: У 2-х ч. К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка; Інститут міжнародних відносин, 2003. Ч. І. С. 3–4.
2. Дудченко Л. М. Ділова преса України: монографія / Л. М. Дудченко. Суми: СумДУ, 2019. 154 с.
3. Климнюк Т. Ділова преса: історія та сучасність / Т. Климнюк, В. Гандзюк // Масова комунікація : історія, сьогодення, пер- спективи. Луцьк, 2012. № 2 (2). С. 97–99.
4. Козаченко Г. В. Економічна безпека підприємства : сутність та механізм забезпечення : монографія / Г. В. Козаченко, В. П. Пономарьов, О. М. Ляшенко. К. : Лібра, 2003. 280 с.
5. Кулицький С. Про сегментацію ринку ділових періодичних видань в Україні // Маркетинг в Україні, 2009. №3. С. 60–64.
6. Москаленко А. З. Основи масової інформаційної діяльності : підручник А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов. Київ, 1999. 634 с.
7. Осовський О. А. Основи менеджменту : навчальний посібник / О. А.Осовський, Г. В. Осовська. К. : Кондор.2006. 664 с.
8. Патрікєєва Н. Ділова журналістика в Україні: чорна кішка у темній кімнаті URL: https://medialab.online/news/dilova-zhurnalisty-ka-v-ukrayini-chorna-kishka-u-temnij-kimnati/ [07.07.2017].
9. Різун В. В. До питання про соціально-комунікаційний підхід у науці // Комунікація. 2010. № 1. С. 35–36.
10. Руда М. В. Міжнародні бізнескомунікації в системі інформаційного забезпечення підприємства / М. В. Руда, Н. Ю. Лев // Науковий вісник. 2013. №2. С. 10–14. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/23565/1/28-182-189.pdf.
11. History of British Newspapers URL: http://www.newsmediauk .org/history-of-british-newspapers [16.09.2018]
12. Philip Soundy, Unwin George, Unwin David H. Tucker Newspaper publishing URL: https://www.britannica.com/topic/publishing/The-first-newspapers [23.09.2020]

REFERENCES

1. Gubersky L. (2003) Global trends in international competition and international business in: Journal of Current issues of international relations. Taras Shevchenko National University of Kyiv, ISSN 2308-6912 vol.44/1/2003 pp. 3-4.
2. Dudchenko L. (2019) Dilova presa Ukrayiny [Business press of Ukraine] *ISBN* 2219-8741, Monograph. Sumy: SSU, 154 p. (in Ukrainian)
3. Klymniuk T. Gandziuk V. (2012) Business press: history and modernity in: Journal of Mass communication: history, present, prospects. ISSN *№2226-8669*, Lutsk,vol. 2/2/2012 pp. 97-99
4. Kozachenko H. Ponomar'ov V. Lyashenko O. (2003)Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva : sutnist' ta mekhanizm zabezpechennya [Economic security of the enterprise: essence and mechanism of maintenance 978-966-397-132-6 ISBN Kyiv: Libra 280 p. (in Ukrainian)
5. Kulitsky S. (2009) On the segmentation of the market of business periodicals in Ukraine in: Journal of Marketing in Ukraine ISSN 1606-3732,vol.3 pp. 60-64
6. Moskalenko A. Hubers'kyy L. Ivanov V. (1999) Osnovy masovoyi informatsiynoyi diyal'nosti [Fundamentals of mass information activity]. *ISBN*: 966-7181-56-1, Kiev, 634 p.
7. Osovs'kyy O. Osovs'ka H. (2006) Osnovy menedzhmentu [Fundamentals of Management] ISBN 966-351-058-7 Kyiv: Condor. 664 p. (in Ukrainian)
8. Patrikeeva N. Business journalism in Ukraine: a black cat in a dark room

Publication 07.07.2017. Retrieved (22.10.2020) from: https://medialab.online/news/dilova-zhurnalisty-ka-v-ukrayini-chorna-kishka-u-temnij-kimnati
9. Rizun V. (2010) To questions about the social-communication approach in science in: Journal of Communication, ISBN 966-531-128-X, vol.1. pp. 35–36.
10. Ruda M. Lev N. (2013) International business communications in the system of information support of the enterprise in: Journal of Scientific Bulletin, vol.2. pp. 10–14. Retrieved (22.10.2020) from: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/23565/1/28-182-189.pdf.

The main trends in the development of Ukrainian business journalism in the XXI century

V. Chekshturina

Abstract. The article considers the historical preconditions for the development of the business press, a theoretical analysis of the formation of Ukrainian business publications. In the process of searching for theoretical sources of the business press, the methodological basis was chosen the principle of historical determinism. The study showed that the emergence of business journalism was facilitated by international trade relations, which were actively developing in the early XVII century. The socio-communicative approach allowed to concentrate on the communication process of the participants of business interaction, which took place by means of the print media and to highlight its main features. As a result of the research the peculiarities of the target audience of the business press are determined, the main features of the content of business publications are indicated and the dependence of the business press on the state of economic development in the country is proved.

Keywords: *business press, business environment, communicator, content, messages, publications.*

Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, IX(46), I.: 254, 2021 Jun. www.seanewdim.com
The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Історико-теоретичні аспекти дослідження засобів масової комунікації

Г. В. Сухаревська

Кафедра журналістики та українознавства, Національний університет водного господарства та природокористування
Corresponding author. E-mail: info.sann@gmail.com, https://orcid.org/0000-0001-8938-7915

Paper received 17.05.21; Accepted for publication 02.06.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-14

Анотація. У статті надаються уточнені дефініції основних понять, які застосовуються в дослідженнях засобів масової комунікації. Автором зазначається, що у науковій літературі дослідження масових комунікацій представлені доволі широким спектром авторських ідей і поглядів щодо їхньої структуризації залежно від обраних кожним автором ознак та пріоритетів, що надаються елементам такої структури. У статті відзначено, що дослідження у сфері масової комунікації на Заході являють собою цілісний дослідницький комплекс, який враховує управлінські, ідеологічні та культурні аспекти комунікативних впливів як на людину, так і на суспільство. Такий комплекс можна поділити та три основних напрями:

– дослідження в формі «нео-вербального» аналізу раціональності «продукування культури», в контексті організації функціонування мас-медіа та забезпечення належного рівня професіоналізму її збуту в конкурентних умовах;

– дослідження із використанням «нео-марксистських підходів», в контексті символічних аспектів політичної гегемонії й ідеологічного примусу;

– дослідження «нео-дюркгеймianських» аспектів публічного сприйняття, що зосереджуються на формуванні засобами масової комунікації колективних уявлень відчуття солідарності індивідів як членів масових аудиторій.

У статті підкреслено, що в основі диференціації підходів у дослідженнях масової комунікації лежить співвідношення і значущість двох факторів: духовного та матеріального. Відтак, розповсюдженими є медіа-орієнтований підхід, який базується на тезі про те, що масова комунікація в суспільстві має певну автономність, та соціально-орієнтований підхід, який базується на тезі про те, що особливості й трансформації процесів масової комунікації детермінуються іншими процесами, більш високого загального порядку, передусім у політичній та економічній сферах. З іншого боку, класична традиція наукового аналізу акцентує увагу на дослідженні передусім структури масової комунікації, відносинах власності, особливостях функціонування ринку масової комунікації. У статті висвітлено трансформації, які відбуваються у сфері засобів масової інформації у зв'язку розвитком сучасних технологій:

– децентралізація, оскільки споживачі інформації отримали технічну можливість самостійно обирати потрібну їм інформації та канали її передачі;

– зростання розмаїття інформаційних програм і їхніх форматів;

– технічні засоби створили можливість інтерактивного спілкування між аудиторією і мас-медіа.

Ключові слова: *комунікація, комунікатор, аудиторія сфери масової комунікації, ефект масової комунікації, засоби масової комунікації, засоби масової інформації*

Досліджуючи засоби масової комунікації, науковці оперують категоріями й дефініціями, до найбільш поширених з яких є «комунікація», «комунікатор», «аудиторія сфери масової комунікації», «ефект масової комунікації» та деякі інші. Сучасна наукова література, зокрема, соціологічна, пропонує різні, але змістовно схожі підходи до визначення цих понять. Оскільки дане дослідження знаходиться в саме предметному полі соціальних комунікацій, доцільно звернутись у першу чергу до відповідних літературних джерел для пояснення змісту згаданих дефініцій.

Метою статті є аналіз основних підходів до вивчення масової комунікації.

Отже, під «комунікацією» (від лат. «communicatio», – повідомлення, зв'язок) розуміється процес передачі за допомогою певних сигналів чи спеціальних, призначених для цього матеріальних носіїв, від однієї до іншої системи якогось масиву інформації.

Як зауважує В. Конецька, нині цей термін інтерпретується трьома основними способами:

– «комунікація» як засіб зв'язку між будь-якими об'єктами матеріального світу;

– «комунікація» як форма спілкування людей, тобто передача інформації від однієї людини до іншої;

– «комунікація» як засіб передачі й обміну інформацією в масштабах суспільства, що має на меті вплинути на суспільство у той чи інший спосіб [3, с. 7].

Останнє, з перерахованих вище, трактування поняття «комунікація» зазвичай використовується у дослідженнях проблем, пов'язаних з масовою комунікацією.

Під «комунікатором» розуміється суб'єкт, що продукує, інтерпретує та поширює інформацію серед широкого загалу людей. В умовах функціонування демократичного суспільства, що передбачають вільний обіг інформації, таким суб'єктом може бути на лише індивід, а й ціла, доволі складна система, до якої входять спільнота працівників інформаційної сфери, різні підрозділи певного колективу редакції, та сукупність стосунків між згаданими складовими, що виникають в процесі інформаційно-комунікативної діяльності.

Під «аудиторією (лат. «auditorium», – місце де люди слухають) масової комунікації» розуміється чисельно значна сукупність людей, яка, хоч і будучи географічно розпорошеною, має подібні (близькі) інформаційні інтереси й потреби, які знаходить свій прояв у виборі тих чи інших форм та каналів масової комунікації, або способів передачі інформації, що їх задовольняють найбільше. Разом з цим, Дж. Лалл розуміє поняття «аудиторія сфери масової комунікації» не як сукупність конкретних особистостей, а як певну «безлику», без чітко виражених відмінностей, частину суспільства (глядачі, слухачі чи читачі, тобто споживачі інформації засобів масової інформації). Проте, як зауважує цей автор, «…масова аудиторія – не ганчірка для витирання ніг, а має певну силу» [5. с. 107]. Вітчизняна ж соціологічна література розуміє цю дефініцію більш широко: «аудиторія сфери масової комунікації» – суб'єкт, який сприймає та споживає масову інформацію.

 ©H. V. Sukharevska 2021

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Під «ефектом масової комунікації» розуміються трансформації (зміни в поглядах, оцінках, поведінці) аудиторії, на яку спрямована масова комунікація.

Необхідно також звернути увагу на таке важливе наукове поняття, як «масова комунікація». Під ним розуміють соціокультурну взаємодію у масштабі всього суспільства, яка відбувається внаслідок розповсюдження чи обміну інформацією між людьми за допомогою технічних засобів, передусім – мас-медіа (засобів масової інформації) найбільш розповсюдженими формами яких є радіо, телебачення, Інтернет (сайти, канали, соціальні мережі), друкована преса, кіно тощо [5, с. 175].

Слід зауважити, що така наукова категорія, як «засоби масової комунікації» тісно пов'язана з поняттям «масова комунікація», хоча й досі відсутня чітка визначеність такого зв'язку, що потребує ґрунтовного дослідження цієї проблеми.

Розуміння терміну «масова комунікація» на нашу думку потребує деякого уточнення, яке б враховувало специфіку соціокультурної взаємодії, як самостійної форми соціального спілкування.

Зазвичай соціологи не ототожнюють такі терміни, як «масова інформація» і «масова комунікація», адже «масова комунікація» є більш широким поняттям і не обмежується лише передачею чи розповсюдженням інформації.

Отже, під «масовою інформацією» розуміють стереотипну інформацію, яка регулярно й оперативно поширюється серед значної та розпорошеної географічно аудиторії [5, С. 176]. При цьому «масова інформація» є важливим змістовним елементом, який наповнює «масову комунікацію», а обмін і розповсюдження інформації забезпечує змістовність і спрямованість соціальному спілкуванню.

Необхідно мати на увазі й те, що масова комунікація та масова інформація споріднені між собою через такий інформаційний елемент, як мас-медіа (засоби масової інформації), більше того, вони не можуть існувати без мас-медіа і не користуватись ними.

Даючи наукове визначення поняттю «засоби масової інформації», слід наголосити, ще це – повноцінні соціальні інститути, які мають різні форми (радіо, телебачення, друкована преса, соціальні мереж та ін.). Такі інститути слугують пошуку, накопиченню, обробці, аналізу та наступному поширенню інформації в суспільстві [5, с. 176].

Коли мова йде про засоби масової інформації, варто згадати й трансформації, які відбуваються в цій сфері у зв'язку із стрімким розвитком сучасних технологій. Найновіші технічні досягнення дозволили засобам масової інформації з одного боку істотно розширити свої можливості, а з іншого – зумовили зростання впливу на мас-медіа самої аудиторії. Зокрема, споживачі інформації отримали технічну можливість самостійно обирати потрібну їм інформації та канали її передачі, що змусило мас-медіа розширити спектр засобів передачі (наприклад, телевізійні канали нині дублюються, як правило, супутниковим сигналом та онлайн-трансляцією в Інтернеті). Ще однією трансформацією стало зростання розмаїття інформаційних програм і їхніх форматів (від простого викладу новин до аналітичних програм чи ток-шоу). Нарешті, технічні засоби створили можливість інтерактивного спілкування між аудиторією і мас-медіа, про що ще у 1993 році писав А. Гальчинський [1, с. 92]. Саме остання, з перерахованих, трансформація – інтерактивний обмін інформацією є нині ефективною формою комунікації що активно розвивається. За таких умов певне ототожнення «масова інформація» та «масова комунікація» набуває усе більше підстав. До того ж тотожне вживання зазначених термінів може зменшити певну плутанину у їхньому використанні.

Досліджуючи взаємний зв'язок між масовою комунікацією та засобами масової комунікації важливо враховувати методологічний підхід, обґрунтований вітчизняною соціологинею Н. Костенко. Зокрема, вона пропонує розуміти масову комунікацію «... як фундаментальний стан сучасного суспільства, в якому складна структура соціального і культурного простору з його численними секторами, що пов'язані між собою функціонально і за детерміністичними зразками, втілена у символічних формах і образах, які здатна сприймати і розуміти корпоративно, масова й індивідуальна свідомість. У таких символах і образах, незалежно від того, адекватно вони відображають реалії життя чи є чистою ілюзією, завжди маніфестують домінанти, особливості, суперечності суспільного устрою, соціального порядку та культури. Такі образи соціального світу є водночас і змістом, і об'єктом взаємодії соціальних суб'єктів у масовій комунікації» [4, с. 153-154].

Слід при цьому наголосити, що масова комунікація безпосередньо пов'язана з використанням мас-медіа як інструменту, що впливає на стан суспільства може існувати лише у такій зв'язці, і лише у цьому випадку набуває ознак окремого соціального інституту. До такого висновку спонукає як саме історія розвитку усіх відомих засобів масової комунікації, так і усі основні наукові теорії.

Відтак, теоретично-методологічне дослідження засобів масової комунікації потребує врахування й аналізу висновків, які містять соціологічні теорії та соціологічні дослідження масової комунікації. Вітчизняна й зарубіжна наукова соціологічна література пропонує доволі широкий спектр авторських концепцій масової комунікації, які стосуються їхньої структуризації залежно від обраних автором ознак та пріоритетів, що надаються елементам такої структури.

Найвідомішим є підхід, за яким ключовою ознакою структуризації визнається процес формування й розвитку соціології масової комунікації. За такого підходу феномен «масова комунікація» розглядається у конкретно-історичному й соціальному контекстах, що зумовлював теоретичні і концептуальні наукові інновації в кожний часовий період. Характерною рисою цього підходу є розуміння структуризації масової комунікації за головною ознакою – ефективністю її суспільного впливу.

Як зазначає Н. Костенко, орієнтація дослідників передусім на ефективність впливу масової комунікації пов'язана із позитивним ставленням авторів до концепції «масового суспільства». За різними теоріями, що пояснюють масову комунікацію, «масовому суспільству» дослідники або надають фундаментального значення, або використовують поняття «масове суспільс-

тво» з певними застереженнями, або взагалі відмовляються від такого поняття, як такого, що не відповідає опису чи аналізу комунікативного стану суспільства на макрорівні. Авторський вибір позиції щодо цього концепту водночас є й вибором позиції щодо твердження про значущість інституту мас-медіа у впливі на соціальний порядок, соціальну структуру, ціннісну систему суспільної свідомості, та формування індивідів. Спрощено таку тезу можна представити у двох варіантах:

За першим варіантом, реалізуючи інтереси домінуючих й активних соціальних груп, «всемогутні» засоби масової комунікації завдають тотального впливу на інертну в соціальному сенсі, пасивну аудиторію, насаджують їй ті чи інші погляди, соціальні, моральні чи ідеологічні установки, або побутові звички;

За другим варіантом, мас-медіа, хоча й мають певну автономію, все ж таки не «всемогутні», оскільки їхня діяльність обмежується системою інших соціальних інститутів, тому мас-медіа лише частково впливають на поведінку й свідомість аудиторії, яка в соціокультурному плані доволі різноманітна, а за ступенем залучення до комунікації достатньо диференційована.

В цьому контексті найбільш конструктивною видається думка Н. Костенко, яка припускає паралельне існування в науці обох варіантів, із певними застереженнями: «…інша річ, що в окремі періоди зростання популярності певних наукових шкіл і підходів перевага віддавалася одній з них. При цьому домінанта змінювалася не раз, нагадуючи про укоріненість ідей у соціологічному мисленні» [4, с. 161].

Ключовою ознакою структурування підходу до масової комунікації, на думку авторитетного соціолога Е. Гіденса, має бути ставлення до такого поняття, як «популярна культура», а однією з її форм – «медіа-культура», яка є не лише засобом для розваг, але й засобом отримання знань [2].

Зі свого боку Дж. Лалл, виходячи з положень Гіденсовської теорії структуризації масової комунікації, вважає, що масову комунікацію слід розглядати з урахуванням тих теорій чи парадигм, які пов'язують її взаємодію з феноменами влади, ідеології та культури [5].

Описуючи дослідження у сфері масової комунікації на Заході, соціолог В. Терин зауважує, що вони являють собою цілісний дослідницький комплекс, який враховує управлінські, ідеологічні та культурні аспекти комунікативних впливів як на людину, так і на суспільство. Такий комплекс можна поділити та три основних напрями:

– дослідження в формі «нео-вербального» аналізу раціональності «продукування культури», в контексті організації функціонування мас-медіа та забезпечення належного рівня професіоналізму її збуту в конкурентних умовах;

– дослідження із використанням «нео-марксистських підходів», в контексті символічних аспектів політичної гегемонії й ідеологічного примусу;

– дослідження «нео-дюркгеймianських» аспектів «публічного сприйняття, що зосереджуються на формуванні засобами масової комунікації колективних уявлень відчуття солідарності індивідів як членів масових аудиторій» [7, с. 15-16].

Варто відмітити, що сучасні теоретичні дослідження мас-медіа характеризуються, синергією як теоретичних надбань, так і найновішого інструментарію соціологічної науки. Ілюструють таку тенденцію спроби дослідників застосувати нові, «інтегральні» теорії й парадигми досліджень у сфері масової комунікації. Прикладом таких новацій можуть послужити розробки російської срціологині Т. Дрідзе, яка пропонує семіо-соціо-психологічну концепцію комунікації. За зазначеною концепцією «знакова» комунікація одного боку є універсальним меланізмом взаємодії людини й середовища, а з іншого боку – це свідомо мотивована (інтенціональна), та обумовлена певною ціллю, текстова діяльність. Саме вона, на думку Т. Дрідзе, актуалізує комунікативні й пізнавальні процеси, які є основою становлення нормативних та ціннісних ареалів та формуванню соціокультурних інститутів. Згадана концепція, в поєднанні з парадигмами екоцентризму та антропоцентризму дозволяє інакше оцінити процеси, що в соціокультурній динаміці формують ті, або інші тенденції [3, с. 25]. Отже, міждисциплінарний, інтегральний характер парадигм, у яких досліджується система масової комунікації обумовлений складністю цієї системи, значною кількістю її складових та багатоаспектністю її дослідження. При цьому доводиться об'єднувати науковий потенціал різних наукових дисциплін: антропології, соціології, психології, семіотики, екології та ін. Водночас, слід зважати й на відмінності різних наукових дисциплін у підходах до вивчення масової комунікації. Передусім такі відмінності проявляються у традиціях та методиках наукового аналізу, властивих кожній дисципліні.

Наприклад, для соціології більш характерним є структурний підхід до досліджень масової комунікації. Варто згадати, що такий підхід властивий й для таких дисциплін, як історія, право, економіка та ін. В рамках цього підходу основний акцент робиться на функціональному аспекті системи масової комунікації, її організації, впливах та зв'язках з іншими сферами суспільного життя. За таких обставин аналіз здійснюється з урахуванням передусім його детермінації різними складовими соціальної структури та специфікою дії самої масової комунікації. Емпіричною основою аналізу при цьому зазвичай слугують статистичні матеріали та узагальнені результати репрезентативних опитувань.

Інший, біхевіористський підхід, який базується на зв'язку стимулів і відгуків, характерний водночас і для соціології, і для психології. Основний об'єкт аналізу при цьому підході – індивідуальна поведінка людини, яку розглядають в контексті її вибору, реакції на інформацію, отриманої через масову комунікацію, а також її сприйняття інформації. При цьому використовують одночасно експериментальні методики, що зазвичай практикує психологія, та багатовимірний аналіз результатів соціологічних репрезентативних опитувань. Крім того, в дослідженнях організаційних структур засобів масової комунікацій використовується й включене спостереження.

Ще одним різновидом зазначених вище підходів є культурологічний. Він базується на традиційному аналізі, характерному для таких дисциплін, як у філософія, антропологія, лінгвістика та ін. Цей підхід доцільно застосовувати для дослідження смислів, значень

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

й мови повідомлень, які продукуються масовою комунікацією. Головною метою в цьому випадку є не стільки отримання надійних емпіричних висновків чи узагальнень, скільки аналіз контекстів комунікації в конкретних випадках. Основними для цього підходу є дослідницькі методи що виявляють якісні, глибинні характеристики об'єкту досліджень.

Описане вище зумовлює потребу систематизації підходів до досліджень масової комунікації. Оптимальну ідею структурування й систематизації підходів до дослідження масової комунікації запропонували Н. Луман та Д. Мак-Квейл [6, с. 115]. Ці вчені виділили два основні чинники, які зумовлюють диференціацію:

Перший чинник – відмінності між соціально-орієнтованим й медіа-орієнтованим підходами.

Соціально-орієнтований підхід базується на тезі про те, що особливості й трансформації процесів масової комунікації детермінуються іншими процесами, більш високого загального порядку, передусім – у політичній та економічній сферах. Відтак, теорія масової комунікації за такого підходу, сприймається як лише складова теорій вищого рівня.

Медіа-орієнтований підхід базується на тезі про те, що масова комунікація в суспільстві має певну автономність. Відтак, масова комунікація досліджується як джерело тих чи інших соціальних змін. Визначальними факторами зазначених змін при цьому вважаються особливості змісту масової комунікації та її технологічні можливості.

Другий чинник – співвідношення і значущість двох факторів: духовного та матеріального. З одного боку, культурологічний підхід, широко розповсюджений в наукових колах, акцентує увагу на дослідженні масової комунікації в контексті цінностей, ідей та уявлень, що продукуються і розповсюджуються мас-медіа в суспільстві. З іншого боку, класична традиція наукового аналізу акцентує увагу на дослідженні передусім структури масової комунікації, відносинах власності, особливостях функціонування ринку масової комунікації.

Описану вище диференціацію можна представити графічно (див. рис. 1.1), інтегрувавши в єдину схему усі згадані нами вище групи підходів до дослідження масової комунікації.

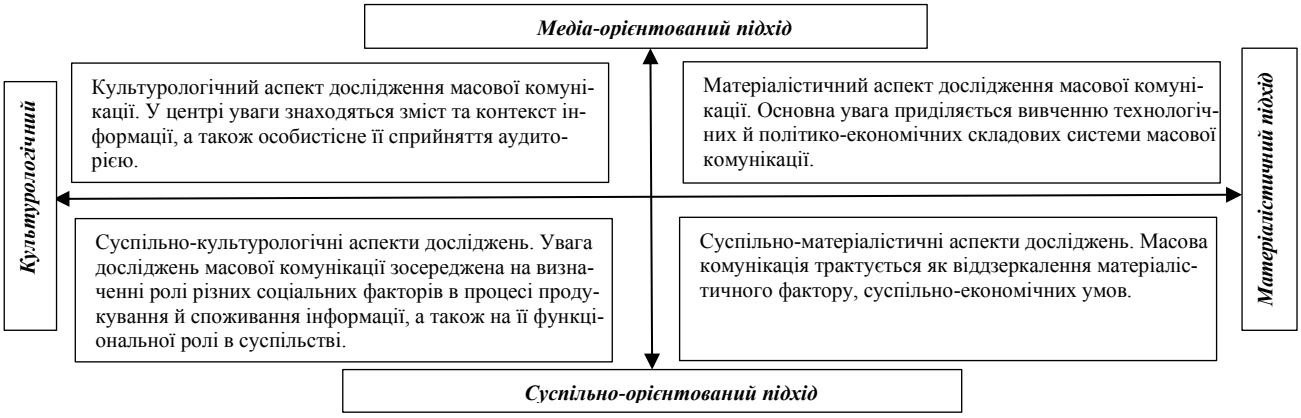


Рис. 1.1. Систематизація підходів до дослідження масової комунікації

Наведена на рисунку систематизація підходів до дослідження масової комунікації є доволі об'єктивною з точки зору наукових досліджень, адже така схема не передбачає жорсткого виокремлення бодай одного з них. Відтак, дане дослідження пропонує методологічний орієнтир для подальшого вивчення структур масової комунікації у різних традиційних і нетрадиційних соціологічних форматах.

Висновки. У якості підсумку слід відзначити безумовну доцільність подальших досліджень масової комунікації, а також відповідного теоретичного матеріалу не залежно від соціологічної традиції. Дослідження при цьому варто здійснювати з врахуванням наступного:

– будь-який дослідницький соціологічний проект у сфері вивчення масової комунікації має спиратися на основні й найбільш авторитетні теорії і традиції досліджень;

– дослідження слід проводити послідовно, з урахуванням впливовості підходу, на якому воно базується, та конкретної історичної стадії його розвитку;

– застосування кожної з наукових теорій і традицій має передбачати поєднання як ідей її авторів і засновників, так і подальших розробок авторів-послідовників в процесі розвитку відповідної традиції;

– при дослідженні масової комунікації слід враховувати як теоретичні підходи різних традицій, так і їх взаємний вплив.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гальчинський А.С. Становлення суспільства постінформаційної цивілізації. – К., 1993. – 107 с.
2. Гіденс Е. Соціологія. – К.: Основи, 1999. – 726 с.
3. Конецкая В.П. Социология коммуникации. Учебник. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
4. Костенко Н.В. Масова комунікація / Соціологія під ред. С.Макеєва. – К.: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М.П.Бажана, 1999. – С. 153-180.
5. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід / Пер. З англ. – К.: КІС, 2002. – 264 с
6. Луман Н. Что такое коммуникация? // Социологический журнал. – М., 1995. – № 3. – С. 114-127.
7. Терин В.П. Массовая коммуникация: социокультурные аспекты политического воздействия. Исследование опыта запада. – М. Изд-во Ин-та социологии РАН, 1999. – 179 с.

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

REFERENCES

1. Gal'chinc'kiy A.C. Ctanovlennya cucpil'ctva poctinfopmatsiynoĭ tsivilizatsiĭ. – K., 1993. – 107 c.
2. Gidenc E. Cotsiologiya. – K.: Ocnovi, 1999. – 726 c.
3. Konetskaya V.P. Cotsiologiya kommunikatsii. Uchebnik. – M.: Mezhdunapodnyy univepcitet bizneca i uppavleniya, 1997. – 304 c.
4. Koctenko N.V. Macova komunikatsiya / Cotsiologiya pid ped. C.Makeêva. – K.: Vid-vo «Ukpaĭnc'ka entsiklopediya» im. M.P.Bazhana, 1999. – C. 153-180.
5. Lall Dzh. Mac-media, komunikatsiya, kul'tupa. Global'niy pidxid / Pep. Z angl. – K.: KIC, 2002. – 264 c
6. Luman N. Chto takoe kommunikatsiya? // Cotsiologicheckiy zhupnal. – M., 1995. – № 3. – C. 114-127.
7. Tepin V.P. Maccovaya kommunikatsiya: cotsiokul'tupnye acpekty politicheckogo vozdeyctviya. Iccledovanie opyta zapada. – M. Izd-vo In-ta cotsiologii PAN, 1999. – 179 c.

Historical and theoretical aspects of the study of mass media

H. V. Sukharevska

Abstract: the article defines the basic concepts in the field of mass media research. It is noted that the research of mass communications is presented in the scientific and educational literature by a wide range of author's positions on its structuring depending on the choice of features and priorities for the selection of structural elements. It is pointed out that the study of mass communication in Western countries is developing essentially as a single research complex with a focus on managerial, ideological and cultural aspects of com- municative influence on man and society. It is noted that there are three relatively independent areas of research: 1) non-verbal analysis of rationality in the «production of culture», with emphasis on the organization of mass media and ensuring a level of professionalism and sales in a competitive environment. 2) Neo-Marxist approach, with the study of the symbolic aspect of ideological coercion and political hegemony. 3) Neo-Durkheimian studies of «public perception», which focus on the formation by the mass media of collective ideas of a sense of solidarity of individuals as members of mass audiences. It is emphasized that the basis for the differentiation of approaches to the study of mass communication in society is the relationship between the role of spiritual and material factors. It is pointed out that on the one hand, culturological approaches are widespread, which focus on the study of mass communication in the context of ideas, values, ideas that are both produced and disseminated by them in society. On the other hand, the influential tradition of analysis of mass communication sharpens attention to the study of the structure of property relations, the peculiarities of the imple- mentation of market relations in the field of mass communication. The impact on the media of the achievements of scientific and technological progress, which significantly change their nature, expand their functions in the following areas: 1) decentralization - the choice of programs increasingly depends on the individual, 2) increasing the volume of information programs, 3) the possibility of interactivity - interaction communication for information exchange

Keywords: *mass media, communication, audience of mass communication, communicator, effects of mass communication.*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Репрезентація сексуальності у гумористичних програмах на українському телебаченні

В. П. Грисюк

Інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: v.hrysiuk@gmail.com, https://orcid.org/0000-0001-6104-6115

Paper received 21.03.21; Accepted for publication 16.04.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-15

Анотація. У статті на прикладі контенту «Студії Квартал 95» (1+1), «Дизель Шоу» (ICTV) та «Вар'яти-шоу» (Новий канал) розглянуто процес репрезентації сексуальності у гумористичних програмах на українському телебаченні у 2017-2020 рр. Також спроектовано модель створення сексуально маркованого гумористичного контенту на українському телебаченні, що складається з п'яти елементів: 1) стереотип та/або кліше; 2) актуальна та/або цікава аудиторії тема; 3) художній домисл та/або гіперболізація, 4) реальний контекст; 5) образ та харизма спікера. Ці елементи ґрунтуються на семи категоріях, які навели нідерландські вчені Моньєк Буйзен та Патті Валкенбург: фарс, клоунада, подив, непорозуміння, іронія, сатира і пародія. Актуальність дослідження зумовлена потребою врегулювати процес сексуалізації медіа шляхом встановлення меж та способів поширення відповідного контенту.

Ключові слова: *сексуальність, гумор, телебачення, мас-медіа, комунікація.*

Вступ. Сексуально маркований гумор несе у собі низку ризиків для аудиторії, яка не завжди сприймає подібний розважальний контент критично, адже по своїй природі він є несерйозним, хоча це не робить його безпечним.

«Почуття гумору – це сексуально. Існує безліч підтверджень того, що весела вдача робить вас бажанішим, особливо, якщо ви – чоловік», − пише у своєму блозі для видання The Conversation психолог та дослідник еволюції гумору Джил Грінграсс. За його словами, чоловіки жартують, щоб уникнути проблем у стосунках та позбутися власних переживань, а жінки − аби розрядити обстановку [17, с. 219-227].

Американський антрополог Джеймс Спредлі (1975) також доводив, що гумор часто використовується, аби поставити людину на своє місце і дуже часто це місце підлеглого. Тож, навіть якщо гумор не переходить межі домагання, він все може «передавати глибші сенси» (Brunner & Costello, 2002), підтримувати сексистський соціальний порядок, бути використаним для підриву влади або ж «створити нову реальність» [10, с. 224]. Тож у цьому сенсі сміх можливий лише між рівними: «коли чоловіки і жінки можуть розповідати анекдоти і сміятися разом» [21, с. 222].

Короткий огляд публікацій за темою. Різницю у сприйнятті гумору між статями досліджувала низка авторитетних науковців [2; 18; 23; 3; 4; 12; 19]. Також існує чимало досліджень, у яких вчені вивчали окремі аспекти сприйняття гумору чоловічою та жіночою аудиторією [9; 7].

Дослідники по-різному оцінюють сексуальний гумор [1; 8; 11, с. 225-232; 14; 15; 16; 24] та визначають, наскільки далеко подібні жарти можуть зайти [13]. Вчені Ларрі Смельцер та Террі Ліп (1990) вивчали еволюцію різних ролей гумору, зокрема, коли гумор «переростає у переслідування» [13, с. 257]. Джеймс Спредлі та Бренда Манн (2008), у свою чергу, робить крок далі і припускають, що «сексуальний гумор» відіграє певну роль у взаємозв'язку лідерства, влади та статусу [22]. Під «сексуальним гумором» ми пропонуємо розуміти гумор, що стосується сексуальності загалом. Але жоден з цих науковців не фокусувався на цілях гумору на сексуальну тему і не вивчав подібних жартів [5]. Визнаючи, що сексуальний гумор може бути використаний для підриву влада, британський соціолог Майк Малкей вважає, що сміх використовується і для підтримки патріархальної структури суспільства [20]. Прості жарти та зауваження можуть зіпсувати кар'єру жінкам, тим самим зберігаючи наявну основу влади. Він вважає, що «гумор – це ідеальний засіб для висловлення цілком серйозного повідомлення, адже будь-який серйозний сенс завжди можна заперечити [20].

Мета статті – розглянути процес репрезентації сексуальності у гумористичних програмах на українському телебаченні у 2017-2020 рр.

Матеріали та методи. Матеріалами вивчення став контент трьох розважальних програм на українському телебаченні: «Студії Квартал 95» (1+1), «Дизель Шоу» (ICTV) та «Вар'яти-шоу» (Новий канал). Дослідження було проведене із застосуванням методів: аналізу, синтезу, моніторингу, опису, порівняння, узагальнення та моделювання.

Результати та їх обговорення. На основі моніторингу, опису та аналізу випусків розважальних програм «Студії Квартал 95», «Дизель Студіо» та «Вар'яти-шоу» нам вдалося спроєктувати модель створення сексуально маркованого гумористичного контенту на українському телебаченні, котра, на нашу думку, складається з п'яти елементів, що можуть застосовуватися у різному складі та послідовності: 1) стереотип та/або кліше; 2) актуальна та/або цікава аудиторії тема; 3) художній домисл та/або гіперболізація, 4) реальний контекст; 5) образ та харизма спікера. Ці елементи, у свою чергу, ґрунтуються на семи категоріях, які навели нідерландські вчені Моньєк Буйзен та Патті Валкенбург, попередньо провівши типологію гумору в аудіовізуальних медіа. У ці сім категорій входить: фарс, клоунада, подив, непорозуміння, іронія, сатира і пародія [6, с. 147-167].

Модель 1. «Вертеп»: сексуально маркований гумор

 ©|*V. P. Hrysiuk 2021*

Отже, як ця модель застосовується на практиці у трьох медіагрупах, які ми взяли для вивчення у дисертаційному дослідженні («1+1 медіа», «StarLightMedia» та ТОВ «Медіа Група Україна»)? Одним із лідерів у галузі гумористичного контенту в Україні є творче об'єднання «Студія Квартал 95» («1+1 медіа»). Серед основних тем творчого об'єднання – політика, міжособистісні стосунки, зокрема і сексуальність.

Ми проаналізували види гумору у чотирьох випусках «Вечірнього Кварталу» за 2017, 2018, 2019 і 2020 рр. Загальну кількість сцен (число) сексуально маркованого фарсу, клоунади, подиву, непорозуміння, іронії, сатири і пародії ми вносили у діаграму, у якій за 100% було взято весь гумор відповідного спектру. Отже, у випуску за 29.12.2017 р було.: 40% – пародії, 30% – клоунади, по 10% – іронії, непорозуміння та фарсу; у випуску від 03.11.2018 р. було: 50% – пародії, 33% – непорозуміння; 17% – подиву; у випуску від 28.09.2019 р. було: 40% – клоунади, 30% – іронії, по 10% – сатири, іронії та фарсу.

Таким чином нам вдалося виокремити такі тенденції:

а) в аспекті репрезентації сексуальності у гумористичному шоу «Вечірній Квартал» найчастіше використовується засоби пародії та клоунади;

б) помітно менше застосовуються іронія, фарс, непорозуміння, сатира та подив.

Було спостережено, що гумор на сексуальну тему подається в шоу завуалізовано, у підтекстах, зчитується не прямолінійно і ґрунтується на емпіричному досвіді аудиторії. Гумористи, наслідуючи народну традицію маскування сороміцького, використовують евфемізми, замінюють назви геніталій на іронічні асоціативні відповідники або й взагалі переходять на рівень образності.

Ще одним рейтинговим гумористичним проєктом є «Дизель Шоу», розважальний контент якого транслюють телеканали ICTV та «Новий канал». Моніторинг контенту за 2017-2020 рр. показав, що творці «Дизель Шоу» у своїх випусках роблять акцент на висміюванні «сімейних цінностей». Вони активно висвітлюють тему сексуальності у різних інтерпретаціях, а якщо конкретніше − репрезентують стереотипні сексуальні образи, типажі, моделі поведінки та реакції.

Ми з'ясували, що запропонована нами модель створення сексуально маркованого гумористичного контенту використовується і у випусках «Дизель Шоу». Отже, у випуску від 23.08.2017 р. було: по 38% – пародії та клоунади, 24% – іронії; у випуску від 13.10.2018 р. було: 60% – пародії, по 20% – клоунади та іронії; у випуску від 15.03.2019 р. було: по 40% – пародії та клоунади, 20% – іронії; у випуску від 01.05.2020 р. було: по 40% – пародії та клоунади, по 20% – сатири та іронії.

Моніторинг та аналіз чотирьох випусків програми за 2017, 2018, 2019 і 2020 роки показав, що:

а) в аспекті репрезентації сексуальності у гумористичному шоу «Дизель Шоу» найчастіше використовується засоби пародії та клоунади;

б) рідше застосовується іронія;

в) майже не використовується фарс, сатира, подив та непорозуміння.

Конкурентом «Студії Квартал 95» та «Дизель Шоу» є повністю україномовна розважальна програма «Вар'яти-шоу» (Новий канал), що з 2016 року виробляє «Вар'яти Студіо». Очільник і засновник цього шоу − український комік Сергій Притула. На офіційному сайті команди стверджується, що коміки не використовують у своїх жартах російської мови, нецензурної лайки та політичних жартів, а також намагаються уникати «низьких» жартів. Хоча тему сексуальності творча команда все ж використовує.

Механізм створення сексуально маркованого гумористичного контенту у «Вар'яти-шоу» також вписується у нашу модель. Отже, у випуску від 20.12.2017 р. було: по 40% – пародії та клоунади, 20% – іронії; у випуску від 30.10.2018 р. було: 43% – пародії, 29% – клоунади, по 14% –іронії та фарсу; у випуску від 24.12.2019 р. було: 57% – клоунади, 29% – іронії, 14% – пародії; у випуску від 25.12.2020 р. було: 40% – пародії, по 30% – клоунади та іронії.

Моніторинг та аналіз чотирьох випусків програми за 2017-2020 роки показав, що:

а) в аспекті репрезентації сексуальності у гумористичному шоу «Вар'яти» найчастіше використовується засоби пародії та клоунади;

б) помітно менше застосовується засоби іронії, фарсу, сатири, подиву та непорозуміння.

Висновок. У ході дослідження було спроектовано модель створення сексуально маркованого гумористичного контенту на українському телебаченні, що складається з п'яти елементів: 1) стереотип та/або кліше; 2) актуальна та/або цікава аудиторії тема; 3) художній домисл та/або гіперболізація, 4) реальний контекст; 5) образ та харизма спікера. Ці елементи, у свою чергу, ґрунтуються на семи категоріях, які навели нідерландські вчені Моньєк Буйзен та Патті Валкенбург: фарсі, клоунаді, подиві, непорозумінні, іронії, сатирі і пародії.

Шляхом моніторингу, опису та аналізу встановлено, що у гумористичних програм «Студії Квартал 95» (1+1), «Дизель Шоу» (ICTV) та «Вар'яти-шоу» (Новий канал) за 2017-2020 рр. в аспекті репрезентації сексуальності найчастіше використовуються прийоми пародії та клоунади, помітно менше застосовуються іронія, фарс, непорозуміння, сатира та подив.

ЛІТЕРАТУРА

1. Avolio, B. J., Howell, J. M., & Sosik, J. J. (1999). A funny thing happened on the way to the bottom line: Humor as a moderator of leadership style effects. Academy of management journal, 42(2), 219-227.
2. Azim, E., Mobbs, D., Jo, B., Menon, V., & Reiss, A. L. (2005). Sex differences in brain activation elicited by humor. Proceedings of the National Academy of Sciences, 102(45), 16496-16501.
3. Brodzinsky, D. M., & Rubien, J. (1976). Humor production as a function of sex of subject, creativity, and cartoon content. Journal of consulting and Clinical Psychology, 44(4), 597.
4. Brodzinsky, D.M., Barnet, K., & Aiello, J.R. 1981. Sex of subject and gender identity as factors in humor appreciation. Sex Roles, 7: 561-573.
5. Brunner, P. W., & Costello, M. L. (2002). Where's the joke? The meaning behind sexual humor. Advancing Women in Leadership Journal, 10.
6. Buijzen, M., & Valkenburg, P. M. (2004). Developing a typology of humor in audiovisual media. Media psychology, 6(2), 147-167.
7. Chan, Y. C. (2016). Neural correlates of sex/gender differences

in humor processing for different joke types. Frontiers in psychology, 7, 536.
8. Chapman, A.J., & Gadfield, N.H. 1976. Is sexual humor sexist? Journal of Communication, 26: 141-153.
9. Chen, G. H., & Martin, R. A. (2007). A comparison of humor styles, coping humor, and mental health between Chinese and Canadian university students. Humor: International Journal of Humor Research, 20(3).
10. Crawford, M. (2003). Gender and humor in social context. Journal of pragmatics, 35(9), 1413-1430.
11. Decker, W. H. (1987). Managerial humor and subordinate satisfaction. Social Behavior and Personality: an international journal, 15(2), 225-232.
12. Derks, P., & Arora, S. (1993). Sex and salience in the appreciation of cartoon humor. Humor: International Journal of Humor Research.
13. Duncan, W. J., Smeltzer, L. R., & Leap, T. L. (1990). Humor and work: Applications of joking behavior to management. Journal of Management, 16(2), 255-278.
14. Hemmasi, M., & Graf, L. A. (1998). Sexual and sexist humor in the work place: Just «good fun» or sexual harassment. In Proceedings of decision sciences institute (Vol. 24, pp. 455-457).
15. Hemmasi, M., Lee Graf, A., & Russ, G. S. (1994). Gender-Related Jokes in the Workplace: Sexual Humor or Sexual Harassment? 1. Journal of Applied Social Psychology, 24(12), 1114-1128.
16. Herzog, T. R. (1999). Gender differences in humor appreciation revisited. Humor: International Journal of Humor Research.
17. Hood L. (2018, Now, 14). How humour can change your relationship. Retrieved from https://theconversation.com/how-humour-can-change-your-relationship-106402.
18. Kohn, N., Kellermann, T., Gur, R. C., Schneider, F., & Habel, U. (2011). Gender differences in the neural correlates of humor processing: implications for different processing modes. Neuropsychologia, 49(5), 888-897.
19. McGraw, P., & Warner, J. (2014). The humor code: A global search for what makes things funny. Simon and Schuster.
20. Mulkay, M. J. (1988). On humour: Its nature and its place in modern society. Polity Press.
21. Neitz, M. (1978). Humor, hierarchy, and the changing status of women. Psychiatry, 43, 211-223.
22. Spradley, J. P., & Mann, B. E. (2008). The cocktail waitress: Woman's work in a man's world. Waveland Press.
23. Vrticka, P., Black, J. M., & Reiss, A. L. (2013). The neural basis of humour processing. Nature Reviews Neuroscience, 14(12), 860-868.
24. Wilson, D. W., & Molleston, J. L. (1981). Effects of sex and type of humor on humor appreciation. Journal of Personality Assessment, 45(1), 90-96.

The Representation of sexuality in humor programs on Ukrainian television

V. P. Hrysiuk

Abstract. The process of sexuality representation in humor programs on Ukrainian television in 2017-2020 is considered on example of the "Studia Kvartal 95" (1 + 1), "Diesel Show" (ICTV) and "Varyaty Show" (New Channel) content. A model of creating a sexually marked humor content on Ukrainian television has also been designed, consisting of five elements: 1) stereotype and / or cliché; 2) topical and / or interesting topic for the audience; 3) artistic conjecture and / or hyperbolization, 4) real context; 5) the image and charisma of the speaker. These elements are based on seven categories, which were represented by Dutch scholars Monek Buisen and Patti Valkenburg: farce, clowning, surprise, misunderstanding, irony, satire and parody. The relevance of the study is due to the need of regulating the process of media sexualization by setting the borders and ways to distribute relevant content.

Keywords: *sexuality, humor, television, mass media, communication.*

Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, IX(46), I.: 254, 2021 Jun. www.seanewdim.com
The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Якість та достовірність медіа-контенту як чинники перетікання аудиторії телебачення до інтернет-ресурсів

М. Ю. Наумова

Інститут соціології Національної академії наук України
Corresponding author. E-mail: martanaumova1971@gmail.com

Paper received 15.04.21; Accepted for publication 03.05.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-16

Анотація. Інтернет успішно конкурує з телебаченням, як джерело інформації на суспільно-політичні теми. В статті аналізуються об'єктивні (діджиталізація) та суб'єктивні (довіра, смаки, вподобання тощо) чинники які сприяють перетіканню аудиторії до мережевих інформаційних ресурсів. Розглядаються чутливість споживачів до спотвореного, маніпулятивного контенту та практики тестування медіа-повідомлень на достовірність.

Ключові слова: *довіра до медіа, медіа-преференції, медіа-споживання, чутливість до спотвореного контенту, медіа грамотність, практики тестування інформації на достовірність.*

Вступ. Триваюча діджиталізація призвела до того, що інтернет як джерело новин про суспільно-політичні події в Україні у 2019 році вперше зрівнявся з телебаченням: (45,6% vs 44,8%) [*1*]. Хоча це стосується лише користувачів соціальних сервісів (72.9% населення у віці 18+) і в цілому українці віддають перевагу ТВ контенту, очевидно, що цей тренд буде набирати обертів. Він зумовлений не тільки зручністю та можливістю персоналізації отримання новин через мобільний чи стаціонарний доступ до інтернету. Аудиторія дедалі більше звертається до альтернативних медіа з метою підвищити якість своєї обізнаності у суспільних справах, вважаючи їх менш заангажованими з боку різних груп впливу. Іншими словами, цікавиться діяльністю інститутів моніторної демократії [*2*], які публічно висвітлюють і критикують дії влади.

Короткий огляд публікацій по темі. Хоча у вітчизняному соціологічному дискурсі невпинно зростає інтерес до «цифрової соціальності», більшість рефлексій носить загальнотеоретичний характер (Н. Костенко, Л. Скокова, Л. Стародубцева, Г. Почепцов інші). Це пов'язано з обмеженими можливостями науковців у реалізації емпіричних соціологічних досліджень у зв'язку з браком державного фінансування. Разом із цим з'являються публікації представників професійної журналістської спільноти та медіа експертів, які оцінюють якість та достовірність контенту українських ЗМІ, його відповідність фаховим стандартам.

Мета. Метою матеріалу є виявлення ставлення споживачів до суспільно-політичних новин в різних медіа, оцінки якості та достовірності інформації в різних джерелах та головних чинників перетікання аудиторії від ТБ до інтернет-ресурсів.

Матеріали та методи. Стаття створена на ґрунті результатів двох емпіричних соціологічних досліджень: Моніторингу Інституту соціології НАН України, та якісного дослідження української медіа-аудиторії, яке було виконано на замовлення ГО «Детектор медіа».

Виклад основного матеріалу. Наприкінці 2020 року уже 50% українців використовували інтернет-ресурси як джерело інформації про те, що відбувається в суспільстві, хоча телевізійні програми з цією метою переглядають більше двох третин (67,6%). Серед аудиторії медіа є категорія, яка зовсім не дивиться телевізійні програми суспільного-політичного змісту, і використовує лише інтернет-ресурси для ознайомлення з тподібним контентом (21,3%). І навпаки, - ті, хто не розглядає інтернет як джерело інформації про події у суспільстві, та віддає перевагу спеціалізованим новинним каналам (112, NewsOne, Прямий тощо) або інформаційно-розважальним (1+1, Інтер, СТБ та інші) (38,9%). Кожен третій українець (32,0%) споживає як телевізійний суспільно-політичний контент, так і матеріали з інтернет-ресурсів.

Порівнюючи профілі тих, хто орієнтований на ресурси мережі та не дивиться суспільно-політичних програм на ТБ і тих, хто навпаки, залишаються прихильниками телемовлення, бачимо цілком очікувані відмінності у соціально-демографічних характеристиках та регулярності користування інтернетом *(рис.1)*. Майже дві третини українців, для яких основним джерелом інформації про події в країні є інтернеет і які не дивляться суспільно-політичні програми на ТБ (63,1%) це люди у віці до 40 років. Проте, серед тих, хто орієнтується лише на ТБ, переважають громадяни старші за 50 років (71%).

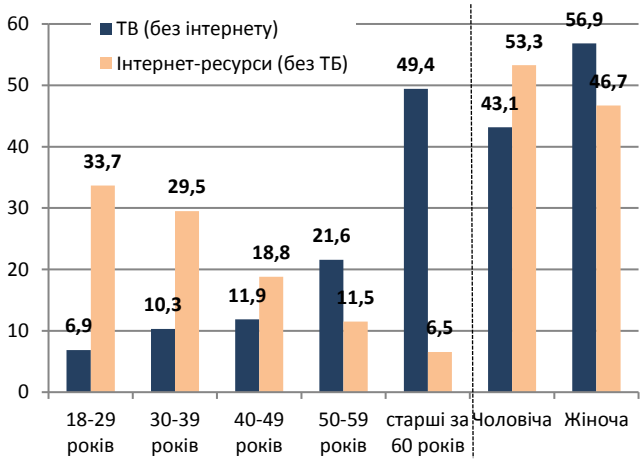


Рисунок 1. Віковий профіль аудиторій, які отримують інформацію про події політичного і економічного життя поза ТБ та поза інтернетом
(За даними моніторингу ІС НАН України, 2020, %)

Чоловіки частіше за жінок орієнтуються на контент інтернет-ресурсів (53,3% vs 46,7%). Це справедливо і по відношенню до містян у порівнянні з мешканцями сіл: серед споживачів ТБ контенту (без інтернету) 41,4% становлять селяни і 58,6% мешканці міст та СМТ; частка мешканців сіл серед тих, хто отримує інформацію про життя країни з інтернету поза ТБ лише 28,7%, а містян – 71,3%.

Медіа преференції – ТБ vs інтернет – зумовлені не

 ©|*M. Naumova 2021*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

тільки смаками, звичками, ставленням до якості контенту, але й самим фактом доступу до мережі. Кожен другий (51,9%) серед тих, хто отримує новини переважно з ТБ не користується інтернетом взагалі. В той час, як серед аудиторії яка не дивиться телевізійні програми суспільно-політичної тематики, переважна більшість (94,3%) користується інтернетом кожен день. Одним з чинників вибору медіа, хоча і не головним, є і довіра до них [3]. Рівень недовіри до інтернету серед прибічників телебачення та інтернет-контенту на суспільні теми майже однаковий (35,8% vs 34,6%). Проте підозри по відношенню до достовірності продуктів телебачення суттєво вищі у прихильників мережевого контенту (60,7% vs 36,1%).

Прояснити ставлення аудиторії до контенту про події в країні в різних медіа та мотиви їх вибору дозволяє якісне дослідження «Практики медіаспоживання українців: концептуальна розробка індексу медіаграмотності аудиторії» проведене на замовлення ГО «Детектор Медіа» на початку січня 2020 року[1].

Сприйняття ТБ та інтернету як джерел суспільно-політичної інформації.

Особливості медіаспоживання респондентів настільки специфічні, що їх неможливо представити в узагальненому вигляді кількох моделей. Але можна впевнено говорити про деякі тренди:

- **Телебачення,** як головне джерело суспільно-політичного контенту, поступово **поступається інтернет ресурсам** – новинним сайтам та соціальним мережам. Вже можна говорити про певний паритет у використанні аудиторією цих типів медіа.
- **ТВ-перегляди переходять в інтернет.** Ця практика притаманна не тільки молоді, але й аудиторії старшого віку. Респонденти підкреслювали зручність перегляду ТВ програм в мережі: незалежність від часу ТВ- ефіру, персоналізація (можливість обрати швидкість перегляду, призупинити трансляцію, переглянути цікаві епізоди, використати мобільний пристрій і отримати доступ до контенту в будь-якому місці). Бонусом інтернет-перегду є інтерактивність – можливість відразу прокоментувати програму і ознайомитись з відгуками інших споживачів.
- Інтернет-ресурси сприймаються як більш **оперативні, достовірні** (принаймні надають можливість швидкої перевірки фактів) і **аналітичні** у порівнянні з телебаченням. Такої думки притримуються споживачі не залежно від віку та інтенсивності медіаспоживання. Найбільш типові практики використання новинних сайтів та соціальних мереж можна узагальнити наступним чином: (1) знайомство лише з новинною стрічкою, без переходу до матеріалів, які зацікавили. Це відбувається на протязі дня, коли часу обмаль і людина знаходиться не вдома (в транспорті, на роботі тощо) *«В интернете читаешь просто заголовки, и ты понимаешь примерно, что в стране происходит, но не углубляешься в эту грязь, которая там сидит» (Київ, ФГІ, 24-35)* (2) детальне і більш глибоке знайомство з подіями дня, які зацікавили, як правило ввечері вдома з використанням гаджетів з великим екраном. «*Коли я приходжу додому я починаю вже детальніше читати, я якщо я читаю і чомусь недовіряю, то можу залізти на сайт Укрстату, державного казначейства, .. далі можна якісь аналітичні статі почитати…зазвичай під вечір з'являються коментарі на події чи людей-політиків» (Львів, чол., 42).*
- Перегляд телевізійних програм на суспільно політичні теми найчастіше відбувається в фоновому режимі – вранці, чи ввечері – і для жодного респондента не є основним джерелом інформації. «Уважний» перегляд ТВ новин, чи передач ввечері та у вихідні – це, скоріше, традиційна сімейна практика.

Сприйняття різних типів медіа, оцінки якості та достовірності контенту, їх зручності, зумовлює характер використання кожного з них для отримання інформації на суспільно-політичні теми. Нижче наведені ***основні переваги і недоліки*** різних ЗМІ на думку учасників проекту.

Головні відмінності між телебаченням, з одного боку, та інтернетом і соціальними медіа, з іншого, як джерел суспільно-політичної інформації – це **рівень персоналізації** доступу до контенту та його **якість.** На думку більшості опитаних телебачення програє інтернет ресурсам за обома критеріями.

Персоналізація забезпечує швидкий та зручний доступ до інформації в будь-якому місці і будь-коли. Крім того завдяки індивідуальним налаштуванням споживач обирає ресурси, теми, які його цікавлять, тип повідомлень. Щодо якості, то основний закид аудиторії в бік телебачення – це емоційна маніпуляція, тобто перетворення інформування на розважальний перформанс з оціночною подачею фактів. «*Он консервативный.. Как бы зажатый в рамках. он уже отживший своё время, наверное» (Харків, жін., 27).*

Переваги та недоліки різних типів ЗМК, за оцінками аудиторії, представлені у таблицях нижче. *(рис.2)*

Для переважної більшості аудиторії **правдивість** повідомлень ЗМК **не є основною модальністю їх оцінки і сприйняття**. В першу чергу інформація фільтрується за критерієм **значущості або / та цікавості**. Якщо тема матеріалу ЗМІ визначається споживачем як особисто важлива (не завжди персональна значущість тотожна суспільній), він з високою ймовірністю схоче ознайомитись з іншими джерелами, які інформують про цю подію. Тільки в такому випадку відбуваються рефлексії з приводу достовірності та повноти повідомлення.

Респонденти вважають, що українські ЗМІ рідко вдаються до поширення фейків – тобто свідомої дезінформації, брехні. Вітчизняні медіа частіше маніпулюють за рахунок інтерпретації фактів або, у виняткових випадках, поширюють недостовірну інформацію через непрофесійність і бажання привернути увагу аудиторії. Інформація яка не цікавить споживача береться до уваги, але не оцінюється за критерієм достовірності. Вона інтерпретується в дихотомії імовірнісних термінів *«може бути, може і правда» / «навряд чи»* та швидко забувається. *«Если эта новость меня не интересует, но я прочитал, мне плевать, ложь это или не ложь» (Харків, чол.,34).*

На таку інтерпретацію повідомлення впливають головним чином установки реципієнта з приводу актуальної теми: рівень компетентності, поінформованості про загальний контекст, історію питання, його ставлення до фігурантів, навіть цінності.

[1] Авторка висловлює щиру вдячність партнерам з ГО "Детектор медіа" – Наталії Лигачовій, Вадиму Міському, Галині Петренко – за можливість публікації результатів дослідження. Методологія проекту: серія глибинних інтерв'ю (15) та сфокусованих групових інтерв'ю (2) у Києві, Одесі, Львові та Харкові. Цільова аудиторія: чоловіки та жінки у віці 22-62 років, які цікавляться суспільно-політичним життям країни з помірним і інтенсивним рівнем медіа споживання.

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

ПЕРЕВАГИ РІЗНИХ МЕДІА (1/2)

ПЕРЕВАГИ

ТЕЛЕБАЧЕННЯ	ІНТЕРНЕТ	СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ
1. **Перформанс/шоу.** Новини суспільного життя презентуються в форматі яскравого шоу, розваги. «*Каналы сейчас очень классные, научились работать --приятно смотреть, даже просто как театр, их постановку» (Київ, ФГІ, 36-50)*	1. Максимально **оперативна** інформація	1. **Широкий функціонал:** розваги, новини, спілкування на одній платформі
2. Новинні канали, політичні шоу надають **збалансовану інформацію,** презентуючи різні погляди на питання, ситуацію	2. **Персоналізовані** медіа. Споживач обирає ресурс, теми/блоги, канали , які його цікавлять. Може знайомитись з контентом в будь-який час і де завгодно. «*Я могу перемотать назад, могу повторить это ещё раз, мне нравится то, что там есть скорость» (Київ, чол., 20)*	
3. **Аудіовізуальний контент** сприймається краще, ніж текстовий. «*І зображення, і емоції, і саме представлення тої інформації. Сталася якась новина, що я почитала в інтернеті, що я почула по радіо, то я ще почула дикцію самого ведучого, тут я ще побачила зображення, тобто більше воно якось мені запам'ятається. ..телебачення це абсолютно все плюс емоції» (Львів, жін., 59)*	**3. Інтерактивність.** Можливість коментувати повідомлення, та знайомитись з думками аудиторії. *«Я ищу в них те точки опоры логические, которые .. сводят, то есть упаковывают информацию так, чтобы я вместил её в голове. Есть моменты, которые я недопонимаю в информации где я колеблюсь с оценкой. Комментарий один из этих может расставить, все точки над «і».(Харків, чол., 52)*	
	4. Відсутність цензури. Вільні медіа	
	5. Конкретна, **фактуальна** інформація	
		6. Високий рівень **довіри,** оскільки матеріали рекомендують друзі
	7. Основний контент – **текстовий -** сприяйте більш нейтральному сприйняттю новин. *«я люблю новости в интернете – читать. Потому что .. контент, который в виде написанного, он несет меньше эмоциональной окраски, а она тоже влияет на человека, .. он как правило больше сжат до сухих фактов, определённых» (Одеса, жін.., 36)*	
	8. Менше нав'язливої **реклами**	
	9. Є **інсайдерська** інформація «*Твиттер, Телеграмм -- это инсайдовый продукт, это абсолютно новое мнение, незангажированное мнение!» (Одеса, чол., 25)*	

ПЕРЕВАГИ РІЗНИХ МЕДІА (2/2)

ПЕРЕВАГИ

ТЕЛЕБАЧЕННЯ	ІНТЕРНЕТ	СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ
	10. Оцінити подію, зробити висновки допомагають **коментарі пересічних юзерів**	
	11. Більш **детальна, повна інформація** у порівнянні з ТВ- сюжетами	
	12. На сторінці, як правило наявні **декілька посилань** на новину на різних джерелах.	
	13. Доступна, різнобічна, добре структурована інформація: **швидкий, зручний пошук**, того, що цікавить	
	14. Легко **відсіяти непотрібну інформацію**	

НЕДОЛІКИ РІЗНИХ МЕДІА

НЕДОЛІКИ

ТЕЛЕБАЧЕННЯ	ІНТЕРНЕТ	СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ
1. **Не персоналізоване медіа**, менш зручне споживання у порівнянні з інтернет ресурсами і соціальними мережами	1.Багато спотвореної недостовірної інформації	
2. **Повтори** одних і тих самих повідомлень		2. Не завжди **зручно знайти потрібний контент**, адже на багатьох платформах повідомлення структуровані згідно стрічки вподобань власника.
3. **Поверхнева і емоційно забарвлена** подача		
4. Найбільш **ангажоване, тенденційне, маніпулятивне** медіа *«Выдают уже кем-то переваренную информацию» (Харків, чол., 34)*		
5. Спрямована в **один бік комунікація**, відсутність інтерактивності		
6. **Погано** тематично **структурований контент** «*Это просто вываленная мне на стол информация. И я должен из всего этого вот так искать то, что мне надо» (Одеса, чол., 25)*		
7. Багато **зайвої,** не потрібної **інформації,** яку споживачі вимушені отримувати разом з бажаним контентом		
8.Не **повна, стисла** інформація. «*Некоторую проблему нельзя осветить за 2-3 минуты того видеоролика» (Харків, жін.., 27)*		

Рисунок 2. Ставлення аудиторії до різних медіа: ТБ та інтернет-ресурсів *(За результатами проекту «Практики медіаспоживання українців: концептуальна розробка індексу медіаграмотності аудиторії», проведеного на замовлення ГО «Детектор медіа», 2020 р.)*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Можна сказати, що система суб'єктивних вір та переконань є головним чинником оцінки достовірності інформації, особливо в ситуації суперечливих повідомлень або їх інтерпретації. *«Вчера читаю, что на границе с Венгрией убили четырёх работников СБУ. Тех, которые канал контрабанды хотели перекрыть. И тут же новость: «СБУ опровергло факт убийства». Может быть всё что угодно. И ты можешь выбрать уже что тебя устраивает. Ты никогда не узнаешь, убили их или не убили».(Харків, чол., 52)*

Що саме **схиляє** споживача **повірити** медійному повідомленню, або принаймні не ставити його під сумнів? Під час інтерв'ю називалися наступні критерії достовірної новини:

1) **Репутація джерела:** конкретного ЗМК, каналу, програми, сайту.

o Для певної категорії респондентів телевізійна новина/повідомлення апріорі буде викликати сумнів. Єдине медіа де «пошук істини» є можливим – це інтернет.

o Артикулювалась схильність довіряти національним українським ТВ-каналам. Зважаючи на обсяг аудиторії, фейк, чи серйозна маніпуляція будуть помічені. А це несе серйозні репутаційні риски. *«Почему я доверяю ближе телевидению, всё-таки они несут какую-то ответственность перед массами» (Одеса, чол., 62).*

o Українським інформагенціям, які публікують лише фактуальну інформацію (Укрінформ, УНІАН)

o Зарубіжним інформаційним агенціям довіряють більше ніж вітчизняним. «*У меня полное доверие к западным медиа. «Нью-Йорк Таймс», «Вашингтон Пост». Там действительно работают журналисты, которые имеют специализацию ..компетентность» (Київ, ФГІ, 36-50)*

o Ставлення до джерела на ґрунті власного досвіду «*Довіряю перевіреним ресурсам, які ще мені не попалися на брехні або навіть які попалися, але вони цю помилку визнають» (Львів, чол., 42)*

o Прозорість фінансування каналу. Мова йшла про відкриту бухгалтерію каналів деяких YouTube блогерів, з якою можна вільно ознайомитись на їхніх сторінках. Дивлячись на джерела фінансування, можна спрогнозувати на чию користь вони можуть викривляти контент. «*Либо ты платишь СМИ и оно тебе даёт незаангажированный поток информации, либо ты ему не платишь, значит ему платит кто-то другой и ты потребляешь эту эмоциональную кашу» (Київ, жін., 36)*

Рівень довіри до ЗМК, чутливість до маніпуляцій, та практики тестування інформації на достовірність

2) **Довіра автору** – журналісту, експерту, блогеру тощо.

o Через його експертність

o Через харизматичність, стиль подачі, симпатію. *«В мене є блогери, яких я постійно дивлюся. Вони мені подобаються, класні. Ця людина говорить правду, і, можливо, щось, може, там підбрехала, бо так треба, але в загальному… Якщо людина ця подобається, я буду вірити» (Київ, ФГІ, 24-35)*; «*Он честный. (Р. Скрипін). Я вижу, что он не лебезит. Он может нахамить гостю,... не подыгрывает гостям» (Харків, чол., 34); «Харизматичность подачи, её нельзя недооценить, потому что это конкретный импульсивный вектор, какой бы он там не был, он доходит до людей» (Одеса, жін., 36)*

o Щирість, особиста залученість автора. «*Чувствую, что материал сделан искренне я вижу, что человек в него вложился. Он это пережил» (Київ, ФГІ, 24-35).*

o Позиція журналіста, експерта, блогера, яка відома з його попередніх заяв.

3) Особливості **подачі матеріалу:**

o Тональність матеріалу та заголовка повинні бути нейтральними. Будь-яка гіперболізація викликає відторгнення. *«Если там всё сладко, слащаво написано, что так всё прекрасно.. не поверю» (Київ, жін., 23)*

o Стилістика: чітка, конкретна подача, без зайвих деталей та емоційного навантаження

o Наявність фото- чи відеопідтвердження

o Посилання на первинне джерело інформації, інші дотичні джерела

o Аргументованість/обґрунтованість: посилання на історичні факти, статистику, соціологічні данні, а також логічність викладення своєї позиції.

4) Якщо про подію повідомляють **різні медіа.** «*Если информация правдивая, то все новости трубят об этом. Ты зайдёшь на любой канал, там онлайн во Франции встреча, или возврат пленных. Если это фейк, то там одни новости напишут, что умерла Алла Пугачёва и всё» (Київ, ФГІ, 24-35)*

5) **Реакція аудиторії** на основі коментарів в мережі. Коментатори аргументують своє ставлення до новини, і якщо вони мають рацію, то читач стає на їх бік. «*Я могу посмотреть подряд 100 комментов» (Київ, чол., 20)*

6) **Професійність, якість каналу, програми.** Аудиторія звертає увагу на дизайн та зручність сайтів, якість відео, звуку, оформлення студії, зовнішній вигляд ведучих та гостей. «*Это красиво должно быть визуально. должно быть всё гармонично. … это не означает, что нужно только на эстетику смотреть, но это значит, .. у него правильный подход к бизнесу, к тому, что он делает. Если он качественно, хорошо делает, не лишь бы что. Да, эта новость правдива, наверное» (Київ, чол., 30);*

«..эта студия, это какая-то жесть,..вот сам это формат-- это 90-тые, это настолько прошлое, что ты не можешь верить этим людям, ты живешь в 21-м веке» (Київ, жін, 36)

7) Більше довіри викликає джерело, чи спікер позиція якого не суперечить думці споживача. Аудиторія більш схильна вірити **інформації яка підтверджує її цінності і погляди** на питання, що обговорюється. *«Якщо будуть якісь лиця, за якими є явно .. проукраїнська репутація, то я буду їм довіряти однозначно. Наприклад, .. той же ж Вакарчук. Якщо це буде хтось з Партії Регіонів, то я таке не буду читати» (Львів, жін., 59);*

«*Я выбираю ту, которая, с моей вот логикой сходится. .. Какая меня устраивает. Не факт, что я верю ей, но она меня устраивает» (Харків, чол. 52)*

8) Якщо канал/ автор позиціонує себе як такий, що має **доступ до інсайдерської** інформації. Мова частіше йшла про деякі Twitter та Telegram акаунти.

Чутливість щодо спотвореного контенту та маніпуляцій

Маніпуляція – це не тільки одна з найпоширеніших асоціацій з сучасними українськими ЗМІ, але і один з аспектів їх визначення аудиторією. На думку опитаних у вітчизняному медіа просторі **немає жодного медіа, яке б не маніпулювало** контентом.

Мета будь-якої маніпуляції – схилити аудиторію до певної оцінки ситуації , особи, процесу чи вплинути на її поведінку. Основний, і найбільш шкідливий **вид** такого впливу, на думку аудиторії, полягає у (**1**) **подачі викривленої інформації.** Крім цього респонденти відзначали ще кілька маніпулятивних прийомів. Це (**2**) **вибір теми** повідомлень («більше хайпу») та (**3**) алгоритми формування **новинної стрічки**. Дві останні технології покли-

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

кані вплинути на кількість переглядів і не залежать від типу медіа.

Про які **техніки маніпулятивного впливу** на аудиторію з боку ЗМІ згадували респонденти?

o Найчастіше говорили про презентацію фактів разом з їх оцінкою. Частіше така практика застосовується на телебаченні, але ЗМІ інших типів також намагаються впливати на свідомість аудиторії , нав'язуючи їй бажаний *«хід думок».*

o Недоговорювання, замовчування фактів, пов'язаних з подією. До цього типу фальшування новин – часткової, неповної подачі -- аудиторія відносить і вихоплення з контексту певних реплік фігурантів події.

o Вибіркова подача інформації, тенденційність -- коли медіа, орієнтуючись на інтереси власників, чи за іншими мотивами, не висвітлює деякі соціально-значущі новини. *«Многие СМИ. ..может даже и правдиво её отображают, но выборочно. Вот, к примеру, случилось что-то плохое по вине какого-то человека. Они это отобразили. Но случилось по вине этого же человека что-то хорошее, они это умолчали» (Київ, ФГІ, 24-35)*; «1+1» о*ни там топят Тимошенко. Открываешь, «Украину», смотришь, там всё алилуйя на другого» (Київ, ФГІ, 36-50)*

o Відсутність посилань на джерело інформації або натяки на те, що повідомлення надійшло від інсайдерів «*Вот оно достало: инсайдеры им предоставили информацию. О чём мы вообще говорим? Когда можно ссылаться на источники, которые вообще никто найти не может» (Київ, чол., 38)*

o Незбалансованість думок та точок зору в матеріалі, який містить коментарі з приводу події. У такому випадку презентується лише один погляд на ситуацію. *«Когда крайности такие -- восхваляют или ругают» (Харків, жін.., 27)*

o Оцінки фактів не супроводжуються аргументами на користь такої позиції. В таких випадках , як правило, відбувається експресивне, іноді екзальтоване просування певної думки.

o Заголовок матеріалу не відповідає його змісту; візуальні матеріали (фото, відео) також не є автентичними.

o Тенденційний підбір гостей/експертів. Надаються думки ангажованих фахівців, або зовсім не відомих персон. «*Взяли какого-то блогера, сказали, что он эксперт, … Я посмотрел, а у него там было порядка 3 тыс. подписчиков» (Київ, чол., 20) « Приходит человек, ему дали сценарий, и нужно как-то его презентовать. Просто пишут – эксперт Иванов» (Київ, ФГІ№1, 24-35)*

o Непрофесійність ведучих, які не дають можливості висловитися гостям, якщо їхня думки не відповідають потрібному напряму дискусії, або фактично самі починають аналізувати подію замість експертів. «*Ведущий грубо начинает затыкать рот» (Київ, жін..36) «Ведущий, он же как модератор, это не тот человек, мнение которого вообще интересно?!» (Одеса, жін., 36).*

o Спекулятивний вордінг. Перманентне використання певних емоційно забарвлених кліше, ярликів, на кшталт «злочинна влада» тощо. *«Определённая фраза повторяется много раз, Есть ..задача зомбирования людей» (Київ, чол., 30); «Із допомогою потрібного нам прикметника ми з доблесного розвідника зробимо шпигуна» (Львів, чол, 42)*

o Різні версії емоційних спекуляцій. Заради впливу на суспільну думку експлуатуються чутливі теми, наприклад, статус незахищених категорій – пенсіонерів, молоді, а також дітей. Поширені маніпуляція на патріотичних почуттях. «*Если нужно вызвать сочувствие, показывают и рассказывают о каких-то обездоленных, про людей, которые нуждаются в срочной помощи, в срочной защите» (Київ, жін., 50).*

До агресивних емоційних маніпуляцій аудиторія відносить і залякування, використовуються необґрунтовані і драматичні прогнози, які пов'язані з важливими для аудиторії аспектами добробуту, здоров'я, безпеки тощо. *«Всё сейчас позабирают, и вы останетесь вообще тут без земли. Такая агрессивная пропаганда» (Київ, чол., 20)*

o Маніпуляції статистикою та даними соціологічних досліджень, які інколи відбуваються через непрофесійність журналістів, але частіше є фактом свідомої спекуляції.

o Підтасовка результатів вуличних експрес-опитувань. «*Интервью берется у 100 человек, до тех пор, пока 3-5 не скажут нужное... И потом по телевизору показывают, только эти интервью. И у людей складывается ложное мнение, что так думают все» (Київ, чол., 20)*

Українці досить скептично ставляться до якості вітчизняних медіа за критерієм достовірності інформації. Але визначаючи ситуацію, що склалася загалом використовують досить м'які номінації - «маніпулятивні, полуправдиві медіа». Різки визначення – «брехливі, нечесні, недостовірні» - лунали досить рідко. Очевидно, що аудиторія звикла до такої стилістики українських ЗМІ, сприймає її як *«неминуче зло»* і поступово набуває досвід фільтрування спотвореного, маніпулятивного контенту,

«Непівправдивих новин відсотків 70%, тому що наші медіа .. можуть дати правдиву новину, але в неї закласти щось неправдиве, і роблять такий бутерброд брехні, намащуємо правду, всередину ставимо якусь побрехеньку, і знову закінчуємо правдою» (Львів, чол, 42); « Я считаю, что минимум привирают на 50% всей информации. Бывает больше, меньше - нет» (Київ, ФГІ, 36-50)

Практики тестування контенту на достовірність

За оцінками респондентів, вони перевіряють, уточнюють незначну частку інформації , яку отримують. Мова йде про **5-7%** повідомлень, які хвилюють особу та визначаються як значущі. «*Если не цепляет, не проверяю. Я проверяю только то, что мне интересно ..если она может повлиять на мою жизнь. 2%-5%-10%?» (Київ,жін. 23).*

Серед способів перевірки інформації на достовірність, її уточнення називались наступні:

o Подія або персона які цікавлять вводяться в рядок пошукової машини. Далі респонденти йдуть за посиланнями, які з'явилися в результаті пошуку.

o Знайомство з матеріалами, присвячених події/персоні в різних ЗМІ. *«..я читаю параллельно англоязычные СМИ. И тогда получается, этот коллаж, из которого можно сделать выводы» (Київ ФГІ, 36-50)*

o Орієнтація на коментарі відомих лідерів думок, блогерів, яким респондент довіряє

o Звернутися з питанням до аудиторії соціальної мережі.

o Спілкування зі знайомими, які через фах, місце роботи можуть мати більш повну інформацію з питання яке зацікавило

Власну здатність вирізняти фейки чи маніпулятивний контент більшість аудиторії оцінює на **5-6 балів,** якщо

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

мова йде про загальний масив новин, з якими вони знайомляться, навіть лише за заголовками, на протязі дня. Суттєво вище суб'єктивна оцінка цього аспекту **медіаграмотності** в контексті новин достовірність яких респонденти перевіряють – **9-10 балів. «***Меня интересует, округляем, 20% информации, Я, в связи с ограниченным количеством времени, провіряю только 5%. Тем 5% я отдаю десятку» (Київ, чол., 20)***.**

Висновки. Особливості медіаспоживання респондентів настільки специфічні, що їх неможливо представити в узагальненому вигляді кількох моделей. Але можна впевнено говорити про деякі тренди: **(1) ТВ-перегляди переходять в інтернет.** Ця практика притаманна не тільки молоді, але й аудиторії старшого віку. Респонденти підкреслювали зручність перегляду ТВ програм в мережі: незалежність від часу ТВ- ефіру, персоналізація (можливість обрати швидкість перегляду, призупинити трансляцію, переглянути цікаві епізоди, використати мобільний пристрій і отримати доступ до контенту в будь-якому місці). Бонусом інтернет-перегду є інтерактивність – можливість відразу прокоментувати програму і ознайомитись з відгуками інших споживачів.

(2) Інтернет-ресурси сприймаються як більш **оперативні, достовірні** (принаймні надають можливість швидкої перевірки фактів) і **аналітичні** у порівнянні з телебаченням. Найбільш типові практики використання новинних сайтів та соціальних мереж можна узагальнити наступним чином: (1) знайомство лише з новинною стрічкою, без переходу до матеріалів, які зацікавили. Це відбувається на протязі дня, коли часу обмаль і людина знаходиться не вдома (в транспорті, на роботі тощо) (2) детальне і більш глибоке знайомство з подіями дня, які зацікавили, як правило ввечері вдома з використанням гаджетів з великим екраном.

(3) Перегляд **телевізійних програм** на суспільно політичні теми найчастіше відбувається в фоновому режимі – вранці, чи ввечері – і для жодного респондента не є основним джерелом інформації. «Уважний» перегляд ТВ новин, чи передач ввечері та у вихідні – це, скоріше, традиційна сімейна практика.

Сприйняття різних типів медіа, оцінки якості та достовірності контенту, їх зручності, зумовлює характер використання кожного з них для отримання інформації на суспільно-політичні теми. Головні відмінності між телебаченням, з одного боку, та інтернетом і соціальними медіа, з іншого, як джерел суспільно-політичної інформації – це **рівень персоналізації** доступу до контенту та його **якість.** На думку більшості опитаних телебачення програє інтернет ресурсам за обома критеріями. **Персоналізація** забезпечує швидкий та зручний доступ до інформації в будь-якому місці і будь-коли. Крім того завдяки індивідуальним налаштуванням споживач обирає ресурси, теми, які його цікавлять, тип повідомлень. Щодо **якості,** то основний закид аудиторії в бік телебачення – це емоційна маніпуляція, тобто перетворення інформування на розважальний перформанс з оціночною подачею фактів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Наумова М. Феноменологія цифрової повсякденності: динаміка преференцій та практик використання соціальних медіа // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін: зб. Наукових праць. Вип. 6(20) Київ: ІС НАН України, 2019. С. 380-389.
2. Кин Дж. Демократия и декаданс медиа/ пер. с англ. . Кралечкина; под науч. Ред. А. Смирнова; Нац. исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. – 312 с.
3. Костенко Н. Ризики для інформаційної безпеки// Українське суспільство: моніторинг соціальних змін: зб. Наукових праць. Вип. 6(20) Київ: ІС НАН України, 2019. С. 147-158.

REFERENCES

1. Naumova M. Phenomenology of digital everyday life: dynamics of preferences and practices of using social media // Ukrainian society: monitoring of political changes: collection. Scientific works. Vip. 6 (20) Kyiv: IS of the NAS of Ukraine, 2019. p. 380-389. [In Ukrainian]
2. Keane J. Democracy and Media Decadence. / Ed. A. Smirnova; Nat. research University "Higher School of Economics". - M ., 2015. – 312 p. [In Russian].
3. Kostenko N. Risks to information security // Ukrainian society: monitoring of political changes: collection. Scientific works. Vip. 6 (20) Kyiv: IS of the NAS of Ukraine, 2019. p. 147-158. [In Ukrainian]

Quality and reliability of content as factors in the flow of television audience to Internet resources

M. Naumova

Abstract. The Internet successfully competes with television as a source of information on socio-political issues. The article analyzes the objective (digitalization) and subjective (trust, tastes, preferences, etc.) factors that contribute to the flow of the audience to online information resources. Consumer sensitivity to distorted, manipulative content and the practice of testing media messages for authenticity are considered.

Keywords: *trust in the media, media preferences, sensitivity to distorted manipulative content, media literacy, practices of testing information for reliability.*

Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, IX(46), I.: 254, 2021 Jun. www.seanewdim.com
The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Основні принципи методології дослідження засобів масової комунікації політичних партій в бібліотечно-інформаційній діяльності

А. Л. Потіха

Науковий співробітник Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського Україна, Київ
Corresponding author. E-mail: pal56@ukr.net

Paper received 09.05.21; Accepted for publication 23.05.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-17

Анотація. Розглянуто основні принципи методології дослідження засобів масової комунікації соціально-комунікаційної природи. Акцентується увага на особливостях методологічної основи вивчення партійних засобів масової комунікації як об'єкта бібліотечно-інформаційної діяльності. Досліджено різні методологічні підходи і методи, а також проаналізовано їхню результативність, яка дає підстави для висновку про ефективність використання в бібліотекознавчих дослідженнях комунікативної складової методологічного комплексу, основою якого є діалектичний метод. Розглянуто різні концепції дослідження.

Ключові слова: *методологія дослідження, наукові теорії, інформація партійних засобів масової комунікації.*

Вступ. В умовах становлення демократичних суспільств зростає роль різних засобів масової комунікації (ЗМК), які стають посередником між владою, різними політичними силами і пересічними громадянами. Важливі зміни у суспільстві відбуваються за участі засобів масової комунікації і, у певному сенсі, обумовлені останніми. Аналіз матеріалів ЗМК дає змогу визначити основні тенденції суспільно-політичних процесів, ландшафт партійного поля, специфіку економічних відносин і стратегій, соціальні проблеми і трансформації, особливості соціально комунікаційної взаємодії. Саме тому дослідження ЗМК привертає наукову увагу фахівців з різних галузей знань – політології, журналістики, філології, історії, соціальних комунікацій і є одним з важливих напрямів діяльності науково-аналітичних підрозділів бібліотечних установ. Для об'єктивного аналізу інформації використовуються різна методологія дослідження.

У даній роботі під методологією розуміємо наукову теорію, яка служить основою для проведення конкретного дослідження. Маються на увазі теорії, які презентують достатньо узагальнені погляди на об'єкт дослідження в цілому, зв'язки у цьому об'єкті та закономірності його функціонування. Вибір основних принципів методології дослідження обумовлений специфікою обраної теми, яку досліджує науковець.

Мета дослідження – окреслити й схарактеризувати основні принципи методології дослідження засобів масової комунікації політичних партій, як об'єкта бібліотечно-інформаційної діяльності. Проаналізувати основні методи і концепції дослідження засобів масової комунікації і можливості застосування їх при вивченні інформації партійних ЗМК.

Короткий огляд публікацій по темі. Проблемам методології дослідження бібліотечної справи та інформації засобів масової інформації присвячені роботи таких дослідників як О. Воскобойнікова-Гузєва, Л. Дубровіна, В. Іванов, В. Ільганаєва, В. Давидова, Ю. Остапчук, В. Різун, М. Карташов, Б. Юськів, Л. Федотова та інші. Проте, більшість вітчизняних і зарубіжних фахівців у сфері бібліотечної справи констатують недостатню розробленість теоретико-методологічних питань сучасного бібліотекознавства. Зокрема, Ю. М. Столяров у статті «Науковий міф про спеціальні методи документально-комунікаційних дисциплін» висловлює міркування стосовно того, що «метод бібліотекознавства – поняття інтуїтивне, розмите, збірне, чітко не визначене. У середині бібліотекознавства використовуються методи соціології, математики, логіки, філософії і так далі. Принципово кажучи, бібліотекознавство, втім, як і документознавство, архівознавство і т. д., використовує весь спектр відомих в науці методів, за винятком методу ... власне бібліотекознавства, або методу бібліотечного (іншої відповідної дисципліни)» [5].

У свою чергу Л. Дубровіна, аналізуючи методологічні засади історичних досліджень у бібліотекознавстві і документознавстві, робить висновок, що «історична наука, а разом з нею і профільні для бібліотечної справи наукові дисципліни, виходять на стадію пошуків «золотої середини» в методологічному апараті історичної науки, прямують до осмислення об'єктивних пропорцій загального (закономірного) й індивідуального (специфічного) в історичному процесі та комплексності методологічного і методичного інструментарію пізнання історичних фактів» [2, с. 23].

О. Воскобойнікова-Гузєва в статті «Дискусійні питання розвитку теорії і методології бібліотекознавства», аналізуючи сучасний етап розвитку методологічної бази сучасних бібліотекознавчих досліджень наголошує, що «з огляду на комплексність здійснюваних останніми роками робіт бібліотекознавцями використовується весь спектр дослідницьких методик соціогуманітаристики. Залучаються як загальнонаукові (системний, історичний, проблемно-хронологічний, структурно-функціональний та порівняльний методи) і притаманні суміжним галузям знання, так і спеціальні підходи та методи (бібліотекознавчого і фондознавчого аналізу, фондової реконструкції і моделювання та ін.), які ґрунтуються на принципах історизму та наукової об'єктивності, актуалізму та розвитку» [1, с. 6–7].

Результати та їх обговорення. У процесі дослідження інформації партійних засобів масової комунікації використовуються методи аналізу документів, які дають змогу визначити змістовне наповнення партійної преси різних політичних партій протягом певного періоду, соціальнокомунікаційний метод, застосування якого дає можливість розгляду функціонування партійних ЗМК, з одного боку, і бібліотеки –

 ©A. Potikha 2021

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

з іншого з позицій виконання ними своїх соціальних функцій, статистичний метод, який сприяє виявленню тенденцій розвитку партійних засобів масової комунікації протягом певного періоду.

При цьому ефективним є комплексне взаємодоповнююче застосування різноманітних дослідницьких методів і підходів: соціокультурного, інформаційного, що дає можливість аналізувати процеси і явища у контексті їх суспільної взаємодії; теоретичних (аналіз, синтез, узагальнення, індукція, дедукція, систематизація) та емпіричних методів (спостереження, порівняння, опис) – сприяє визначенню впливу тенденцій розвитку партійних засобів масової комунікації на специфіку інформації і з'ясуванню особливостей її використання в інформаційно-аналітичній діяльності бібліотек.

Важливу роль відіграє діалектичний метод, застосування якого передбачає розгляд партійних ЗМК в інформаційній діяльності бібліотек з позицій ставлення до бібліотечної справи як невід'ємної складової суспільного розвитку, з притаманними останньому тенденціями ускладнення і спеціалізації. Розуміння процесів і явищ у їх розвитку та в системі взаємозв'язків та взаємовпливів дає змогу простежити зміни в функціонуванні партійних ЗМК і особливості бібліотечної діяльності, спричинені змінами політичних умов, формування і розвиток фондів періодики як наслідок процесу трансформації інформаційних продуктів і технологій з одного боку, і структуризації супільства, ускладнення системи соціальних комунікацій – з іншого, з можливістю зробити висновок стосовно електронізації партійних ЗМК і необхідністю поширення бібліотечної діяльності на збереження інформації партійних ЗМК в середовищі інтернет.

Інформація партійних ЗМК є важливою складовою соціальної комунікації. Тому соціальна комунікація, будучи об'єктом реального світу і володіючи єднальною функцією стосовно інших об'єктів, виконує роль системоутворюючого чинника в розвитку суспільства, культури і наукового знання. Суть феномену соціальної комунікації виявляється в різних соціокультурних зрізах: хронологічному, регіональному, національному, інституційному і на різних рівнях соціально-комунікаційної взаємодії: макро (масові, міжнародні, міжцивілізаційні), міді (соціально-групові), мікро (міжособистісні). Як зазначив І. Манкевич, «соціальнокомунікаційний підхід» (СКП), що розвивається на основі концепції СК (соціальної комунікації), як руху смислів у соціальному часі й просторі, дає змогу виявляти й пізнавати різні пласти побутування культури та її конкретних проявів як соціально-комунікаційних систем (СКС). У теорії СК під СКС у широкому сенсі слова розуміється система задоволення комунікаційних потреб суспільства, соціальних груп, особистості, що склалися в ході еволюції людства. Як інституціональне явище СКС являє собою сукупність комунікаційних каналів і засобів, що володіють матеріально-технічними ресурсами і професійними кадрами» [4].

Тому соціальнокомунікаційний підхід може розглядатись як системоутворюючий стрижень методології бібліотекознавчих досліджень, присвячених розгляду комунікаційних аспектів функціонування бібліотеки та її роль у вивченні та збереженні інформації партійних ЗМК.

Соціальнокомунікаційний метод як один з базових методів дослідження було застосовано в бібліотекознавчих дисертаційних дослідженнях О. Воскобойнікової-Гузевої, Т. Гранчак, Т. Добко, О. Кобєлєва, О. Сербіна та ін.

Соціальнокомунікаційний підхід сьогодні активно застосовується вітчизняними науковцями для вирішення проблем, пов'язаних з різними аспектами комунікаційного напряму функціонування ЗМК та їх місцем у діяльності бібліотек. Соціальнокомунікаційно-інформаційний та соціальнокомуінкаційний функціональний підходи стали одними з методологічних засад багатьох наукових досліджень.

Враховуючи, що масова комунікація завжди привертала наукову увагу соціологів, методи соціології активно використовуються дослідниками при вивченні ЗМК. Проблема вивчення ЗМК полягає у виявленні ставлення їх до діючих політичних партій, до світу бізнесу, до численних груп та інтересів, які впливають на громадськість і зазнають зворотного впливу. Різні концепції й моделі, що їх розробляє соціологія масової комунікації, не обминають цієї проблеми.

Для дослідників важливим елементом масової комунікації є тексти. Адже різні тексти можна об'єднати за метою. Ця мета – передача певних смислів. При цьому слід враховувати усне мовлення. Воно також є текстом, і його треба вивчати разом з газетно-журнальними текстами. Як відомо, мета створення тексту досягається мовними засобами, тож при його вивченні не обійтись без лінгвістики. Аналізуючи тексти, варто враховувати психологічний момент, адже автор тексту завжди людина зі своїми звичками та настановами.

Важливо відзначити, що при дослідженні специфіки інформації партійних ЗМК переважно використовуються класичні, традиційні методи. Вони включають сукупність операцій, яка дозволяє інтерпретувати текст в цілях дослідника. Тому, що будь-який документ створюється зі своєю, особливою метою, яка часто не збігається з цілями дослідження. Інтерпретація будь-якого тексту в ході традиційного аналізу дозволяє досліднику проникнути в сутність документа і виявити все, що його цікавить: глибинні замисли та мотиви комунікатора, очікуваний ефект від повідомлення, особливості того історичного моменту, в який створювався документ тощо.

Для дослідження інформації партійних ЗМК на ряду з класичними методами використовується контент-аналіз. Це якісно-кількісний метод вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків і строгістю процедури та полягає у квантифікаційній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів. Предметом контент-аналізу переважно можуть бути як проблеми соціальної дійсності, так і внутрішні закономірності самого об'єкта дослідження.

Цей метод дослідження може використовуватися як основний (наприклад, контент-аналіз тексту при дослідженні політичної спрямованості газети), в поєднанні з іншими методами (наприклад, в дослідженні ефективності функціонування засобів масової інформації), допоміжний або контрольний (наприклад, при класифікації відповідей на відкриті запитання анкет).

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Такі дослідники, як В. Ф. Іванов [3], Б. М. Юськів [6], виділяють два основних типи контент-аналізу: кількісний і якісний. Якщо кількісний аналіз націлений на виявлення частоти окремих тем, слів або символів, що містяться у тексті, то якісний аналіз пов'язаний з фіксуванням нетривіальних висловлювань, мовних інтонацій з розумінням цінності змісту повідомлення.

Варто підкреслити, що і класичні, і формалізовані методи поєднують як об'єкт, так і мету дослідження. Різниця між ними полягає, лише у тому, що традиційні методи вважаються якісними, натомість контент-аналіз – кількісним методом, який є набагато об'єктивнішим, ніж історичний чи літературний методи.

Дослідники вважають, що головним принципом контент-аналізу є розчленування суцільного масиву тексту так, щоб найдрібніша одиниця аналізу несла у собі якості цілого, і на підставі переваги тих чи інших тверджень виявити тенденції розвитку. Також можна виділити строгість, тобто його обґрунтованість і відтворюваність, повне охоплення усіх досліджуваних джерел, системність і об'єктивність.

При вивченні партійних ЗМК варто враховувати суспільну роль масової комунікації, можливості її впливу на громадську думку та суспільні настрої. Адже особливості функціонування ЗМК завжди привертали до себе соціологічну думку. Існує кілька концептуальних підходів до висвітлення особливостей масової комунікації щодо її впливу на суспільство.

Концепція тотального впливу. Згідно з цією концепцією громадська думка формується здебільшого під тотальним впливом масової інформації, що циркулює комунікативними каналами суспільства. Така інформація в значній мірі визначає соціальні цінності й стереотипи, культурні домінанти в суспільстві. Головним у процесі соціальної комунікації прихильники цієї концепції вважають пропагандистський момент, а поняття «пропаганда» є центральним для них.

Концепція обмежених ефектів передбачає врівноважений підхід до вивчення масової комунікації, абсолютизує маніпуляційні можливості тих хто формує інформацію, а ЗМК вважає відокремленими і незалежними від владних структур соціальними інститутами, які є генераторами і поширювачами інформації, майже вільними від зовнішнього тиску. Їх завдання полягає в інформуванні суспільства, а не тотальному впливі на нього.

Концепція глобалістської орієнтації. Прихильники цієї концепції вважають визначальною роль новітніх засобів масової комунікації у творенні нової культури, нових засад спілкування та взаємодії людей.

Семіотична концепція. Головними в ній є питання, пов'язані із значенням, особливостями передачі інформації, співвідношенням реальності та ідеології у процесі масової комунікації. У відповідності до концепції, сучасна ідеологія функціонує вже не як система догм, лозунгів, доктрин і теорій, а як цілісний знаковий простір, як окрема мова.

Представників постмодерністських концепцій об'єднує недовіра до можливостей передачі за допомогою ЗМК достовірної інформації.

Важливо відзначити, що всі згадані теоретичні напрями підводять до необхідності вивчення можливостей функціонування ЗМК як способу контролю влади. Концепції останніх десятиліть переорієнтовуються на вивчення особливостей передачі інформації нетрадиційними для писемної культури способами (телебачення, Інтернет, візуалізація інформації), значно складнішими бачать особливості впливу масової комунікації на формування суспільних цінностей.

Висновки. Використання вказаних вище методологічних підходів та методів, а також аналіз їх результативності дали підстави для висновку щодо ефективності використання в бібліотекознавчих дослідженнях комунікативної проблематики методологічного комплексу загальнонаукових, конкретно-наукових та спеціальних методів.

Виходячи із соціальнокомунікаційної природи як ЗМК, так і інституту бібліотеки, базовим в таких дослідженнях має стати соціальнокомунікаційний метод, застосування якого обумовлює вивчення ЗМК як об'єкту бібліотечно-інформаційної діяльності з позицій основних соціальних функцій бібліотеки і ЗМК – інформаційної та комунікаційної – стосовно індивіда і соціуму. Використання соціальнокомунікаційного метода дає, також, змогу визначати роль бібліотеки як опосередкованого каналу передачі інформації партійних ЗМК і обґрунтувати специфіку її аналітичного опрацювання з урахуванням політико-ідеологічного характеру функціонування партійних ЗМК, їх інтегрованості в політичні процеси.

Доповнення соціальнокомунікаційного методу діалектичним, системним та історичним уможливило дослідження бібліотечної діяльності щодо збереження, опрацювання інформації партійних ЗМК, надання до неї доступу, її використання в науково-аналітичній роботі в динаміці та взаємозв'язку із трансформаціями партійної системи в Україні та техніко-технологічним розвитком ЗМК. Застосування структурно-функціонального методу дає змогу зробити висновок стосовно закономірності виокремлення в системі бібліотекигазетних фондів і формування спеціальних підрозділів, покликаних проводити дослідження періодичної преси та забезпечувати наукову організацію формування, зберігання, опрацювання газетного фонду, створення оптимальних умов його використання. Застосування статистичного методу дає можливість вивчати газетні фонди та фонди періодики бібліотек як документну проекцію розвитку партійних преси і системи України.

Важливу роль у визначенні перспективних напрямів розвитку бібліотечної діяльності щодо партійних ЗМК, вивченні специфіки функціонування і завдань бібліотечних підрозділів, які займаються дослідженням інформації ЗМК, відіграло використання методу аналізу документів.

Ефективним для результатів дослідження є вивчення різних джерел, що дає змогу виробити об'єктивні уявлення про специфіку вітчизняних партійних ЗМК як засобу комунікації в сучасних умовах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Дискусійні питання розвитку теорії і методології бібліотекознавств. Бібліотечний вісник. – Київ, 2007. – № 2. С. 3-7.
2. Дубровіна Л. А. Методологічні засади історичних досліджень в бібліотекознавстві та документознавстві: базові принципи і поняття. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2005. - № 1. С. 22-30.
3. Иванов В. Ф. Контент-анализ. – Киев, 1994. – 110 с.
4. Манкевич И. А. Социально-коммуникационный подход в системе культурологического знания. Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века. К 80-летию профессора Моисея Самойловича Кагана: материалы международной науч. конф. (18 мая 2001 г., Санкт-Петербург). Серия Symposium. - Вып. № 12. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. С. 83–87.
5. Столяров Ю. Н. Научный миф о специальных методах документально-коммуникационных дисциплін. Научные и технические б-ки. 2006. №10. URL: http://ellib.gpntb.ru/subscribe/index.php?journal=ntb&year=2006&num=10&art=1
6. Юськів Б. М. Контент-аналіз. Історія розвитку і світовий досвід: монографія. Рівне: Перспектива, 2006. 203 с.

REFERENCES

1. Voskoboynikova-Guzeva O. (2007), Discussion issues of development of the theory and methodology of library science. Library Bulletin. - Kyiv, - № 2. P. 3-7 [in Ukrainian].
2. Dubrovina L. (2005), Methodological bases of historical researches in library science and document science: basic principles and concepts. Library science. Documentation. Informology. - № 1. P. 22-30 [in Ukrainian].
3. Ivanov V. (1994), Content analysis. - Kiev, - 110 p.
4. Mankevich I. (2001), Socio-communication approach in the system of cultural knowledge. Methodology of humanitarian knowledge in the perspective of the XXI century. For the 80th anniversary of Professor Moisey Samoilovich Kagan: materials of international scientific. conf. (May 18, 2001, St. Petersburg). Symposium series. - Issue. № 12. St. Petersburg: St. Petersburg Philosophical Society. P. 83–87 [in Russian].
5. Stolyarov Yu. (2006), Scientific myth about special methods of documentary and communication disciplines. Scientific and technical libraries. №10. URL: http://ellib.gpntb.ru/subscribe/index.php?journal=ntb&year=2006&num=10&art=1 [in Russian].
6. Yuskiv B. (2006), Content analysis. History of development and world experience: monograph. Rivne: Perspektiva. - 203 p.

Basic principles of the methodology of research of mass media of political parties in library and information activity

A. Potikha

Abstract. The basic principles of the methodology of research of mass media of social and communicative nature are considered. Emphasis is placed on the peculiarities of the methodological basis for the study of party media as an object of library and information activities. Various methodological approaches and methods have been studied, as well as their effectiveness has been analyzed, which gives grounds for concluding on the effectiveness of using the communicative component of the methodological complex in library research, which is based on the dialectical method. Different research concepts are considered.

Keywords: *research methodology, scientific theories, information of party mass media.*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Effective channels of communication of Ukrainian publishing houses with readers

T. Yezhyzhanska

Borys Grinchenko Kyiv University, Kyiv, Ukraine
Corresponding author. E-mail: t.yezhyzhanska@kubg.edu.ua

Paper received 06.05.21; Accepted for publication 20.05.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-18

Abstract: The article presents the results of a survey devoted to identifying problems of communication of book publishing houses of Ukraine with readers and buyers of their products. Priority communication channels have been identified, from which readers will learn about publishers' news and book market events.

Keywords: *book publishing houses, promotion, marketing, PR, book market.*

Introduction. Ukraine's publishing industry is currently in crisis. One of the causes of the crisis was the COVID-19 pandemic, the introduction of quarantine and blocking, which led to changes in people's media behavior [3], the closure of bookstores, libraries, the cancellation of presentations, exhibitions, fairs. In such a difficult situation, publishers try to organize various promotions and PR campaigns to influence the popularity of their publications. To identify sources of information about new books and events in the book market, communication channels that affect the sale of books, we conducted a survey, the results of which are presented in this article.

Sociological surveys related to reading and book publishing in Ukraine are conducted mainly by state institutions, in particular the Ukrainian Book Institute. The all-Ukrainian big project "Ukrainian Reading and Publishing Data 2018" from the cultural and publishing project Chytomo, analytical Razumkov Centre and a digital publishing house Gutenbergz, the results of which are presented on the website Ukrainian Reading and Publishing Data 2018 http://data.chytomo.com [5].

The main questions of this poll concern the state of the modern publishing market and readers' preferences of Ukrainians. Some questions (for example, reasons for book selection) intersect with the questions in our study, so it would be appropriate to compare the answers, given that the survey was conducted at the same time. In 2020, the governmental organization Ukrainian Book Institute commissioned an all-Ukrainian sociological survey "Reading in the context of media consumption and life design" [4]. This study is important because its organizers aimed to study the typology of readers in the context of media consumption and identify effective channels of communication with them. Questions from this study (about leisure and frequency of reading magazines, watching television, listening to the radio) help to understand the behavior of readers and buyers of books. In addition to these questions, it is important to find out how often readers and shoppers use the Internet, in which social networks they spend the most time. The difference between our research and the above is that our research is aimed directly at identifying priority sources of information about new books and book market events. The study is relevant because publishers, like any organization, have great opportunities to promote their products, but often do not know how to use them to inform their potential readers or buyers and influence sales. This poll was conducted to answer this question.

Analysis of recent researches and publications. The state of Ukrainian book market at the present stage, in particular its communication challenges, is studied by both Ukrainian and foreign scientists, in particular digital transformations in the publishing industry – M. Zhenchenko, communication innovations – S. Vodolazka, publishing marketing V. Teremko. Interesting from the point of view of advertising and promotion of publications are the works of T. Bulakh, I. Kopystynska, A. Sudyn, which covers theoretical and practical issues of advertising and marketing in publishing, emphasizes the importance of promoting publications among the main tools of book marketing. N. Zelinska, O. Skiban, and O. Skochynets have partially researched the promotion of book editions in traditional and modern Ukrainian media. H. Klyuchkovska's dissertation is devoted to book promotion in the media, but more than 20 years have passed since the study, during which time significant changes have taken place in the development of the media space, and new opportunities and information channels have appeared in publishing houses [2]. The role of mass media and social media in the formation of the culture of reading Ukrainian books in the information society in the dissertation was clarified by A. Bessarab [1].

Thus, many works of Ukrainian scholars are devoted to the topic of popularizing reading, promoting books in traditional and modern Ukrainian media, but they did not study the opinions of readers and buyers of books on sources of information about the book publishing market. It is worth looking at the problem more broadly, analyzing the various channels from which readers receive information and which publishers can use to inform readers about books, as the topic requires a comprehensive approach.

The purpose of the study. The purpose of the article is to identify sources for obtaining information about the activities of the publishing house, to find out the prospects of the publishing house's use of mass media and the Internet to promote book editions.

Materials and methods. Our survey was conducted in the fall of 2019. The survey involved 200 respondents - people who visited the Book Forum Lviv, the largest Ukrainian book fair and one of the most popular events of its kind in Eastern Europe. The survey was conducted using a questionnaire, respondents had to fill out a paper version of the questionnaires. The sample consisted of people who voluntarily answered the questionnaire. Additional questions about the age, gender, income level, place of residence and employment of the respondents allowed to study in more detail the answers of specific groups of

 ©|*T. Yezhyzhanska 2021*

people. The purpose of the study was to find out where readers get information about new books and the activities of Ukrainian book publishing houses; determine which Internet sources are trusted; to investigate what information about the book market attracts the attention of respondents and what events organized by publishers' people attend.

Results of research. One of the key questions is where visitors to the book fair get information about new books and the activities of Ukrainian publishing houses. The purpose of the question is to identify the main information channels that people use to learn about new books. The results of the answers are presented in detail in figure 1. To the question "Where do you get information about new books and activities of Ukrainian publishers: print media (newspapers, magazines), radio, television, Internet, bookstores, acquaintances, friends, colleagues, advertising, etc." it was necessary to choose sources of information about publishing houses and number them according to the level of priority, evaluate on a 7-point scale, where 1 is the main – the most important source, 7 – the least important.

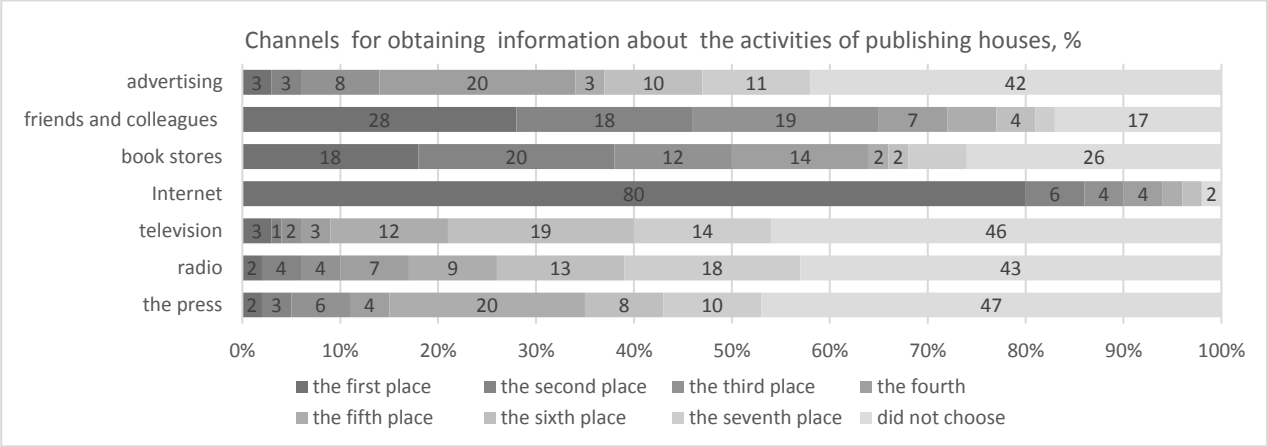


Figure 1. Channels for obtaining information about the activities of publishing houses.

Thus, the main source of information is the Internet, only 2% of respondents do not use it to obtain information, and 80% of respondents put it in the first place. Interestingly, in second place in the importance of informing about new books and activities of Ukrainian publishing houses not the media, but acquaintances, friends, colleagues (for 83%, in addition, 28% of them put this source in the first place), and in third place - bookstores (74%, and 18% in the first place), where readers can directly get acquainted with new books. By the way, respondents do not rely too much on the advice or advice of sellers, rely on their own tastes, preferences, reading experience. The press is a source of information for 53% of respondents (47% did not choose such a channel of information), but the largest number of respondents put this source in 5th place, as well as television. Interestingly, half of the 54% of respondents do not receive information from television (although in many answers – regret that there are no/few programs on TV dedicated to books and reading). Radio is a source of information for 57% of respondents, although almost all respondents put this source in the last place, and 43% did not choose such a channel of information.

Thus, according to the study, the priority source of information is the Internet (the choice of 98% of respondents), the lowest priority is an advertising and traditional media. Respondents' choice of the new media as information channels, in contrast to the traditional ones, is incorrectly explained by the age of the respondents, firstly, among the interviewed people of different ages, and secondly, mainly by middle-aged respondents – 30-50 years. The problem is that information about new books and the activities of Ukrainian publishers is difficult to find in traditional and online media, and the Internet remains the only source of information where information about new books and publishing activities appears.

Since the Internet is identified by most respondents as the highest priority source of information, it was interesting to investigate from which Internet sources respondents draw information about events in the publishing industry, which Internet sources enjoy the most trust of readers. Respondents were asked to number the following channels by priority level (from 1 – most important to 7 – least important): websites of publishing house, official pages of publishing house in social networks, personal pages/blogs of publishers or authors, pages of profile communities in social networks, book internet shops, specialized Internet sites that write about literature and publishing, online media and more. The results of the answers are presented in detail in figure 2.

According to the survey, respondents (74%) receive information from the official pages of the publishing houses in social networks; from websites of publishing houses – 72%; personal pages/blogs of publishers or authors – 67%, online bookstores (50%), specialized websites (such as "Chytomo","Bukvoid","Litakcent"), which write about literature, publishing (49%), a significant proportion of readers turn for information to profile communities (such as "My book") in social networks (48%), online media, which on their pages cover issues of the promotion books or events in rubric "Culture" (such as https://www.pravda.com.ua , https://lb.ua, https://www.the-village.com.ua/ etc.) – 47%.

However, it cannot be stated unequivocally that all online resources are used by many consumers of information at the same time. Yes, half of the respondents do not use the online bookstores, specialized websites, which write about literature, publishing, a profile communities in social networks and online media; one third of respondents do not use the websites or official pages of the publishing houses in social networks and personal pages/blogs of publishers, authors.

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

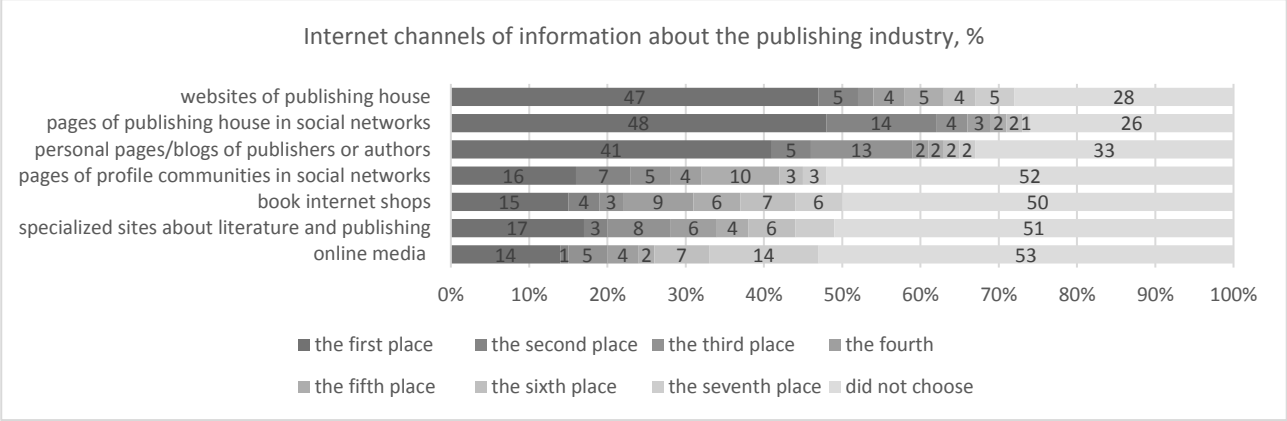


Figure 2. Internet channels of information about the publishing industry.

From the suggested answers of the respondents, we see that most respondents learn about new books from social networks and friends, get information on websites – more than a third, 53% – from newspapers and magazines, 54% – on television, 57% – on radio stations and 58% from advertising. It should be noted that the level of priority of media channels is quite low: only 2% of respondents put in the first place the press and radio and only 3% of respondents put television and advertising in the first place as the channel of information about the publishing industry.

As can be seen from the results of the study, the Internet, in particular social networks, is a significant source of information, because the results of surveys show that many respondents learn about new books on social networks. Interestingly, people's recommendations are also one of the priority channels for obtaining information about new books and a motivating factor in choosing a book. A more detailed study of the role of readers in the communication of book publishing in Ukraine is presented in the publication "Book PR: do readers influence on the communication of publishing company?" [6]. Information channels, which are in front of the eyes of a large part of the audience (TV, advertising), are rarely used by publishers. TV channels have almost no programs dedicated to books or reading, and publishers do not have enough money for advertising, so people who are actively interested in modern literature and often buy books do not receive enough information from them because these channels do not broadcast it.

The answers of the respondents shows that they pay attention to news about books and the activities of publishing houses from different information channels depending on age, location, income level, field of employment. People who read a lot and buy books (namely such visitors to the book fair Book Forum Lviv) learn about book news through various information channels (television, radio and advertising). This shows that this audience pays attention to news from the book world.

It was equally important to find out the information needs of readers about the book market. To the question of the questionnaire "What information about the book market attracts your attention?" respondents had to choose several options: about new books, about authors, about presentations, competitions, exhibitions, about the cost of books, and more. The dynamics of the structure of information needs about the book market is such that the greatest interest in new books (the vast majority (62%) identified such information as a priority, and all are interested in such messages – 68%), two thirds of respondents (60%) are primarily interested in various events in the book market – presentations, competitions, exhibitions, and more than half (56%) prefer information about authors, and they are least interested in information about the cost of books (92% of respondents – do not pay attention to such information). Some respondents acknowledged that price is important. This is evidenced by the answer to the question about the factors of choice of the book by readers, where the price was mentioned as an important factor for 86% of respondents, although they did not put it in the first place, but only in the third, fourth, fifth places.

It can be argued that the information needs of readers are high and diverse, they are interested in new books, authors, events in the publishing industry (presentations, competitions, exhibitions), without putting information about the price of the book in the first place. Among other things, respondents said that they were interested in "current topics, about publishing houses", "about publishing news", "only information about books of a certain genre", "I do not follow the news, I learn information from friends and acquaintances" and so on. The answer to the question about the information requests of the visitors of the book forum will help the PR managers of the book publishing houses to decide on the topics of PR-messages, to choose the appropriate communication tools.

It was important for us to find out whether the respondents attended events organized by publishers. According to the survey, most respondents (76%) say they attend book presentations, autograph sessions of writers, almost half (52%) say they attend specialized book exhibitions and forums, only 12% follow the awards, the announcement of the winners of the competition, 8% of respondents answered that they do not attend any events held in the book publishing industry. Let me remind you that the research was conducted at the International Book Forum Lviv – the most important and most anticipated book, literary and cultural event of the year in Ukraine. The purpose of the Book Forum is to draw public attention to the most pressing issues of modern Ukrainian book publishing, to support the tradition of professional discussions and seminars. For its visitors, the forum itself is an important source of information about new books. Respondents also named bookstores and universities, colleges, or other educational institutions as places to attend, as well as individual publishers and local writers who initiate meetings with readers. During the pre-quarantine period, the country regularly

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

hosted book exhibitions and festivals, publishers organized presentations in shops and clubs, meetings with authors and autograph sessions, various cultural events to promote their authors and their books. It is worth noting that people who have higher education and live in big cities – Kyiv, Lviv, where the biggest and most important events of the book publishing market of Ukraine – Book Arsenal and Book Forum – are most active in attending book cultural events.

It is interesting to compare the answers of our study with the results of a poll conducted by "Ukrainian Reading and Publishing Data 2018" from the cultural and publishing project Chytomo. The question "What most influences the choice of the book?" 46.2% answered – recommendations of friends, and recommendations of the seller (for example, in a bookstore, at a book exhibition) – 11.8%, 12.4% – reviews on social networks, on sales sites; reviews and reviews in the press and online media – 11.1%, reviews on book sites 9.9%, mentions on TV and radio – 4.7% (percentages are given for those who read books) [5].

If we consider in more detail the answers of the study all-Ukrainian sociological survey "Reading in the context of media consumption and life design" (2020), we can highlight the following book selection factors (% of those who buy printed books): friends' recommendations (46%), reviews on book sites (15%), reviews on social networks, on sales sites (15%), seller's recommendations (11%), reviews and reviews in the press and online media (11%), blogger recommendations, podcasts (6%), mentions on TV and radio (5%) [4].

Even though the questions in this study were posed somewhat differently, the general trend persisted.

Given the results of research on sources of information for readers and buyers of books, PR managers of publishing houses should pay attention to these online platforms, using them as channels of communication with readers and books buyers.

Conclusions. The formation of the corporate reputation, image and brand of the publishing house is influenced by media and non-media factors. Under the influence of communication, the sum of impressions of the target audience from the publishing houses is formed.

When launching certain PR campaigns, it is important for publishers to analyze what sources of information are used by the target audience of their books. According to the survey results, it can be concluded that the most active ways to promote books are Internet channels (sites and social networks), as well as recommendations from friends and acquaintances, who, in turn, also often share their opinions on the Internet and on social networks. Although the standard methods of promotion in the past through advertising, media, radio and television work, they are the least active. Media mentions and advertisements are important, but unfortunately, there are not have enough programs in books and reading in mass media. Book exhibitions and book cultural events are particularly popular among the respondents. From this we can conclude that it is important for publishers to actively promote books on social networks, to promote the publisher's brand in the media, since the brand or the well-known name of the publisher affects the audience.

Thanks to the media and other communication channels, the attitude of readers and other groups of the target public to a certain publishing house is formed, and the culture of reading in society in general increases. This is influenced by many factors and, above all, the media environment, both broad and narrow, in which publishers must intensify their communication activities if they want to develop their publishing business and the productive existence of their publishing houses.

REFERENCES

1. Bessarab A.O. Modern social and communicative technologies of reading culture formation of Ukraine book in the information society: abstract of thesis for a Doctor's of Social Communication degree by speciality 27.00.01 – theory and history of social communications. Classical Private University, Zaporizhia, 2017. 43 p.
2. Klyuchkovska H. Book promotion as an interaction of book business and mass media (principles of formation of the Ukrainian model): abstract of thesis for Cand. philologist. Sciences. Lviv, 2000. 20 p.
3. Krainikova T., Krainikov E., Yezhyzhanska T. Media behavior of youth in the COVID-19 pandemic in Ukraine. *Innovative Marketing.* Volume 17, 2021, Issue #1, pp. 94-108. http://dx.doi.org/10.21511/im.17(1).2021.08
4. Report on the results of the all-Ukrainian sociological survey "Reading in the context of media consumption and life construction". Kyiv, 2020. 181 p. https://book-institute.org.ua/uk/activity/doslidzhennya/doslidzhennya-2020
5. Ukrainian Reading and Publishing Data 2018 http://data.chytomo.com/en/pro-proekt/
6. Yezhyzhanska T., Krainikova T., Masimova L. Book PR: do readers influence on the communication of publishing company? *Innovative Marketing.* Volume 15 2019, Issue #4, pp. 66-77. http://dx.doi.org/10.21511/im.15(4).2019.06

Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, IX(46), I.: 254, 2021 Jun. www.seanewdim.com
The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

SOCIAL SCIENCES

Colonialism, Postcolonialism, Neocolonialism: High-Time to Shift the Focus

A. K. Ivanova

V.N.Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine
Corresponding author. E-mail: a.k.ivanova6@gmail.com

Paper received 07.05.21; Accepted for publication 23.05.21

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-19

Abstract. The piece deals with the concepts of colonialism, postcolonialism, and neocolonialism as analytical frameworks for studying global world order within social sciences. The article stands on a critical position and aims to explain why the postcolonial approach is not relevant in its examination of the current world order. As an alternative the piece offers to consider a neocolonial framework as a more applicable approach to the analysis of the today's capitalist word order.

Keywords: *colonialism, postcolonialism, neocolonialism, capitalism, imperialism.*

Introduction. In the middle of the twentieth century, after the end of the Second World War, the global world order had radically changed: the centuries-old era of colonialism came to an end; the connections, relations, institutions, flows, and networks that were formed and supported by the major actors of international relations were collapsing. The character of global interactions had been gradually changing. The discursive environment was dominated by the rhetoric of economic growth and political equality, while in the political field, the national liberation movements of the old colonies had been becoming more noticeable. From the beginning of the 1950s to the end of the 1970s, the process of decolonization unfolded in most of the colonies. However, international equality has never become real but rather turned out to be only a manipulative discursive construct. Nevertheless, in response to the prevailing changes in the world order a new direction of interdisciplinary research has emerged within the social sciences ─ postcolonial studies, which focus on the research of the world after the era of colonialism. This field studies the impact of colonization on the non-Western world, draws attention to the lack of representation of non-Western experience and opens up the possibility to speak for those who have not had such an opportunity for a long time. Postcolonial theorists view the current global inequality system as a consequence of the centuries-old domination of some states over others, and therefore, as something residual, not as something unfolding at the present time. However, in the modern world, many relevant processes that are involved in the production of global inequality and could be characterized as colonial are still taking place. Accordingly, the postcolonial approach lacks sufficient methodology to describe the current processes of producing global inequality. This means that it is necessary to formulate a new theoretical and methodological framework that will more successfully cope with the description and explanation of the current state of global social order. A neocolonial approach can deal with such a task quite effectively.

Brief overview of related publications. The topic of colonialism and postcolonialism in the social sciences has been researched quite deeply, both theoretically, methodologically, and empirically. While the concept of neocolonialism, although originated in the middle of the 20th century, is still poorly developed. The author of the term is considered to be the Ghanaian philosopher and politician Kwame Nkrumah. In addition to him, both researchers working within the framework of the postcolonial tradition (Gayatri Chakravorty Spivak, Mark Langan, Edwin Charle) and researchers criticizing this approach (Boris Kagarlitsky, A. A. Gorelov, I. A. Bronnikov) turn to the concept of neocolonialism. These publications only create the foundation for further research of neocolonialism and point to vast, unexplored space within this field of knowledge.

Aim. The article aims at substantiating the need to develop a new approach to the study of the structure of the modern world order and explaining the outdatedness of the postcolonial approach to the study of the current processes of global inequalities construction. As an alternative, the paper proposes to pay more attention to the neocolonial approach to the analysis of the above-mentioned topic.

Materials and methods. The piece is of a theoretical and analytical nature; therefore, the main research methods include a theoretical analysis of the literature and a synthesis of several approaches in order to formulate the grounds for a new approach to the analysis of the global social order.

Results and discussion. The starting point in both approaches, postcolonial and neocolonial, is the concept of traditional colonialism. All further research is semantically and substantially built up upon it. Colonialism is recognized by both approaches as an empirical fact, while each of them views the state of the world order after the formal end of the colonial era in a different way. Therefore, this analysis should begin with the definition of the concept of colonialism.

Historically, colonialism is rooted in Ancient Greece and Rome. Back then this concept meant "the bringing of new territory into use by an expanding society, including settlements for trade and agriculture" [1, p.27]. However, in the form in which colonialism had existed from 1492 to the 1970s, and in which it is studied within the social sciences, the concept is defined as "coercive incorporation into an expansionist state and individual distinction" [1, p.27]. Colonialism of this type is based on coercion, exploitation of all types of the resources, administrative and cultural work that helps establish hierarchies of power and delineate social and geographic boundaries around the world [1, p. 27-28]. Also, an important feature of classical colonialism is considered to be its formalized consolidation in legal documents, as well as in political and economic institutions. In addition, research on classical colonialism often focuses on the relationship between Europe and the three southern continents (Africa,

 ©|*A. K. Ivanova 2021*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

Asia, and Latin America). European empires are regarded as the most influential ─ by 1914 they divided the whole world, turning the dependent territories into colonies [2, p. 72-76]. Colonies formed from the end of the 19th century, after the Franco-Prussian War, and up to the 1970s, belong to the capitalist type and are considered as the result of the onset of the era of the monopoly of finance capital [2, p.72-76]. Usually, the postcolonial approach focuses on examining the consequences of the existence of that particular stage of colonial relations that underlie the postcolonial world order.

Postcolonial studies as a scientific tradition and postcolonialism as a political movement formally date back to 1955, when the Bandung Conference took place. During this event, the newly independent states of Asia and Africa declared non-alignment, proclaimed themselves as an independent power block representing political, economic, and cultural interests of the Third World [3, 17]. Postcolonial studies are based on a set of principles that indicate a large disparity in the development of former colonies and metropolises, which is still relevant after the end of colonial dependence. Postcolonial theorists propose a conceptual reorientation towards a greater representation of the non-Western world and knowledge produced outside the West. "Postcolonialism is about a changing world, a world that has been changed by struggle and which its practitioners intend to change further" [3, p. 7]. Moreover, from the point of view of Robert J. Young and his proponents, postcolonialism equals tricontinentialism, which means that the central focus of the postcolonial approach is on three continents ─ Asia, Africa, and Latin America ─ which are subordinate to Europe and North America, and are in the position of economic inequality [young 4]. The postcolonial approach may seem to have great emancipatory potential and to seek for better representation of the non-Western world, but there are reasons to believe that it itself generates a number of injustices and denies equal representation of certain underrepresented groups.

As noted by Boris Kagarlitsky [4], the process of decolonization at the end of the twentieth century did not take place under the auspices of national liberation movements, as proponents of the postcolonial approach claim. Decolonization initially followed the imperialist scenario and aggravated dependence on the center [4, p.633-635]. Large capitalist countries, former metropolises, and new leaders were forced to adapt to the changing post-war world when the costs of maintaining colonies became higher than the benefits. Thus, decolonization and the subsequent neocolonial form of dependence became the simplest and most conservative solution, in which the metropolises lost their special political sovereignty, but retained the economic status quo. "National independence and decolonization not only did not weaken the position of imperialism as a system but, on the contrary, breathed new life into the peripheral capitalism, which was in crisis" [4, p.638]. That is why at the end of the twentieth century, the real liberation of the colonies from the dependence of the metropolises was impossible: developed capitalist states and large corporations, which by the end of the century become new subjects of international relations, changing the structure of capitalism, were forced to constantly subjugate more and more spaces. This, contrary to the basic principles of postcolonialism, indicates that colonial dependence has not ended, but has taken on a new form.

Kwame Nkrumah, who introduced the concept of neocolonialism, defined it as "modern attempts to perpetuate colonialism while at the same time talking about 'freedom'" [5]. For him, neocolonialism is the last stage of imperialism, which is characterized by its invisibility and non-formalization. It is distinguished not by the elimination of colonial dependence, but, on the contrary, by deepening of exploitation in all domains (economic, political, cultural, ideological). Gayatri Chakravorty Spivak, who originates from colonial India, also uses the concept of neocolonialism. With its help, she describes a new stage of colonialism, more economic, but less territorial: "... in fact neocolonialism is like radiation ─ you feel it less like you don't feel it ─ you feel it like you're independent" [6, p. 221]. Thus, she agrees with Kwame Nkrumah that neocolonialism is less visible and tangible, but no less coercive. At the same time, unlike K. Nkrumah and the theorists of postcolonialism, G. Spivak expresses an important for the neocolonial approach idea that neocolonialism is a kind of metanarrative that describes the disparity not only between the West and the former colonies but also includes relations between other countries, which were not colonial before [6, p. 223].

This is an important thesis for identifying the relationship between neocolonialism and capitalism since the former is the product and the instrument of the latter. A constant expansiveness, which forces capitalism to continually explore new territories, lies in its nature [7]. Capitalism as a global world order builds neocolonial relations in the former colonies and is also moving to new spaces that were not previously dependent on the metropolises. For example, dozens of states appeared with the collapse of the Soviet Union and the Socialist bloc. Thus, capitalistically developed countries got a chance to extend their influence and build neocolonial relations with the new states. Postcolonial theorists exclude these countries from the scope of their research and do not view them as experiencing colonial exploitation. Postcolonialism mainly deals with the problems of the non-white population. However, it is actually not the color of the skin, but the relations towards the capital that define the amount of power and visibility people, social groups and the whole nation-states have. Postcolonial studies focus on the population of ex-colonies which is normally non-western in terms of culture and geography, non-white in terms of skin color, but overlooks a whole layer of countries (beyond the area of tricontinentialism) that today turn into colonies and social groups that became exploited.

The same applies to the subjects of the dominant pole of neocolonial relations. If postcolonialism deals with the relationship between The West and The Rest [8] and challenges western ways of seeing things and producing knowledge, then it overlooks new centers of exploitation, which are also determined not geographically but by their relation towards capital. Thus, within the framework of the neocolonial approach, China, a large non-Western state, declaratively socialist but gradually implementing elements of market economy, is viewed as a new "metropolis", which is no less than Western countries involved in the processes of exploitation and spreads its influence beyond state borders [9]. From this, we can conclude that colonialism today is more associated with capitalism and the market economy than with the concept of the West.

Another area of under-representation within the postcolonial approach concerns research subjects. The main representatives of the postcolonial approach are researchers from

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

former colonies or, to a lesser extent, from metropolises. "New colonies" don't have a voice within this framework or within any other. So, the neocolonial approach might become the one to give a voice to any state exploited by capitalist countries, international organizations, transnational corporations, and other agents of capitalist expansion. Since the post-socialist space became the main field of capitalist expansion starting from the late 80th, many new countries have got into a trap of colonial relations. This space has no collective experience of colonialism in the past but is for sure experiencing it now. Researchers from these countries rarely define them as neocolonial, but rather view them as post-Soviet. Although the Soviet past undoubtedly determines the present, there are many relevant processes happening in the present time that affect the nature of the domestic and foreign policies of these countries, their place in the global hierarchy of power. In this perspective, the neocolonial approach provides much more possibilities than the post-Soviet or the postcolonial ones do.

In addition, the word "postcolonialism" morphologically includes the prefix "post-", which lexically means "arising after something" and indicates, on the one hand, secondariness and dependence, and on the other, rootedness in the past. So, on the semantic level, postcolonialism deals with the world after colonialism and excludes new forms of colonial dependence from the analytical scope. Perhaps this approach was relevant at the time of its inception, but today, 70 years later, we understand quite clearly that colonial dependence has not disappeared, and there is no world after colonialism. The new types of colonial dependence differ from the classical ones only formally, which does not make them juster.

Just as at the ideological level in the late 70s, Western capitalism gave birth to neoliberalism in order to ensure the legitimacy of its own existence, so on the practical level does it turned into neocolonial practices that support and ensure its expansion into new spaces (and not only geographic ones). Therefore, today we can conclude that the capitalist world order is rather neocolonial in nature, and the postcolonial approach could be quite misleading and does not cover the entire spectrum of global inequalities that this order generates.

Conclusion. Historically, the era of postcolonialism begins in 1955. At that time, postcolonialism was becoming an actual conceptual framework for describing global processes. Both academically and politically, postcolonialism was a protest alternative to Western domination. Thanks to the postcolonial movement, those objects of research that previously could not be studied at all were included in the academic agenda: local identity, national liberation movements, the dominance of Western discourse and culture, issues of representation of colonized groups, etc. In addition, researchers from colonized countries received the possibility of representation within the scientific field. But today, almost 70 years later, the global social order has changed both in form and in substance. A new conceptual framework is needed to describe it properly. And, perhaps, the neocolonial approach today will be more relevant for the study of the system of global inequalities.

Robert Young, explaining the consequences of the postcolonial movement, says that before its emergence, the world was bipolar, divided between the USA and the USSR [3, p.16]. Decolonization gave birth to a tripolar world (countries of the First, Second, and Third Worlds), which in turn became the object of research in postcolonial theory. Today, as Thomas Piketty notes [10], the gap between rich and poor states is critically growing, which means that there is practically no room left for the Second World. The world is striving for bipolarity again. However, this time the division is not based on ideology, but rather on the attitude towards the capital, which determines the place of the state in the world hierarchy. This capitalist hierarchy is supported by neocolonial practices that, in one way or another, affect the whole world and conquer new territories. Modern processes of constructing global inequality are systemic in nature and cover the whole world. Therefore, limiting one's research only to former colonies, as the supporters of the postcolonial approach suggest, means deliberately excluding from it a whole layer of societies that are located within the same hierarchy. To study these processes, a new conceptual framework is needed that will embrace the whole world. Neocolonial approach could be a productive alternative.

ЛИТЕРАТУРА

1. Cooper, Frederick. Colonialism in Question: Theory, Knowledge, History. Berkeley; Los Angeles; London: University of California Press, 2005.
2. Ленин В.И. Империализм как высшая стадия капитализма / Ленин Владимир Ильич. — Москва: Издательство политической литературы, 1978. - 135 с.
3. Young, Robert J. Postcolonialism: A Very Short Introduction, Oxford; New York: Oxford University Press, 2003.
4. Кагарлицкий Б.Ю. От империй — к империализму. Государство и возникновение буржуазной цивилизации / Гос. ун-т — Высшая школа экономики. — М.: Изд. дом Гос. ун-та — Высшей школы экономики, 2010.
5. Nkrumah, Kwame. Neo-Colonialism, the Last Stage of Imperialism. 1965. Access at: https://www.marxists.org/subject/africa/nkrumah/neo-colonialism/introduction.htm
6. Spivak, Gayatri Chakravorty, and Robert Young. "Neocolonialism and the Secret Agent of Knowledge." Oxford Literary Review, vol. 13, no. 1/2, 1991, pp. 220–251.
7. Harvey, David. New Imperialism, Oxford University Press, New York, 2003 — 263 p.
8. Hall S. The West and The Rest/ Stuart Hall// in Understanding Modern Societies, Book 1: Formations of Modernity, edit. by Stuart Hall, Bram Gieben, Cambridge: Polity Press, 1992 – pp. 275-333.
9. Balasubramanyam, VN 2015, 'China and India's Economic Relations with African Countries- Neo-Colonialism Eastern Style?', Journal of Chinese Economic and Business Studies, vol. 13, no. 1, pp. 17-31.
10. Piketty, Thomas. Capital in the Twenty-First Century. Harvard University Press, 2014.

REFERENCES

2. Lenin, V.I. Imperialism, the Highest Stage of Capitalism / Lenin Vladimir Ilyich. — Moscow: Political Literature Publishing, 1978. - 135 p.
4. Kagarlitsky B. U. From Empire to Imperialism. State and The Emergence of a Bourgeoisie Civilization / State University — Higher School of Economics. — Moscow: Publishing House of the State University — Higher School of Economics, 2010-680p.

Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, IX(46), I.: 254, 2021 Jun. www.seanewdim.com
The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

SOCIOLOGY

Роль і значення професійної мовленнєвої компетентності для фахівців соціальної роботи

Н. В. Колодій

Національний університет «Львівська політехніка», Львів, Україна
Corresponding author. E-mail: kolodij-is@ukr.net

Paper received 17.05.21; Accepted for publication 06.06.21.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-254IX46-20

Анотація. У статті розкрито роль і значення професійної мовленнєвої компетентності для фахівців соціальної роботи. Визначено, що професійна мовленнєва компетентність фахівця соціальної роботи – це його здатність якісно та ефективно використовувати мовні норми для досягнення визначених, відповідно до конкретних професійно-мовленнєвих ситуацій цілей та завдань. Визначено ключові педагогічні умови формування професійної мовленнєвої компетентності майбутніх фахівців соціальної роботи як спеціально створені необхідні і достатні дії, взаємодії, обставини, можливості та чинники суб'єктів та об'єктів освітнього процесу, що реалізуються в межах закладу вищої освіти.

Ключові слова: *фахівець соціальної роботи, мовна компетенція, мовленнєва компетентність, педагогічні умови, формування професійної мовленнєвої компетентності.*

Вступ. В умовах, коли Україні відбуваються радикальні зміни в усіх сферах життя, в тому числі і в освітній галузі, система вищої освіти покликана забезпечити якісну професійну підготовку здобувачів вищої освіти, сформувати їх як висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців для різних сфер суспільної діяльності та громадського життя. Вільне володіння різними мовами і, передусім, досконале знання та оперування державною мовою, забезпечує комфортну професійну діяльність будь-якого фахівця. Найбільш гостру потребу в ґрунтовній лінгвістичній освіченості відчувають студенти, передусім, гуманітарних спеціальностей, оскільки мовлення в їх подальшій професійній діяльності виступає джерелом і носієм інформації, засобом успішного виконання своїх функціональних обов'язків, впливу на інших людей та досягнення особистих цілей.

Наразі існує чимало питань щодо формування професійної мовленнєвої підготовки фахівців із соціальної роботи, зокрема: загалом спостерігається недостатньо високий рівень мовної компетенції за підсумками вивчення навчальних дисциплін, особливо професійно-орієнтованих; неусвідомлений суржик, через українсько-російську двомовність населення; негативний вплив засобів масової інформації – телебачення, радіо та інтернету, що сприяють поширенню звички вживати ненормативну лексику; помітне зниження якості вітчизняної друкованої продукції та збільшення кількості друкованої продукції, передусім, російською мовою; недостатній рівень риторичної освіти працівників соціальної сфери, що помітно знижує їх імідж та рейтинг серед інших фахівців; значне зменшення в останні роки прошарку інтелігенції в суспільстві, що є основним носієм української мови.

Аналіз чинних освітніх програм, посібників і підручників дозволив нам виявити певні недоліків в їх змістовому наповненні, зокрема: зміст дисципліни «Ділова українська мова» швидше відповідав змісту дисципліни «Діловодство»; віддавалася перевага опрацюванню особливостей офіційно-ділового стилю української мови, водночас поза увагою залишалися інші, не менш важливі стилі мови, зокрема науковий, розмовний (мовленнєвий); домінувало формування навичок писемного мовлення, удосконалення грамотності; в основу курсу було покладено правописний практикум; особливостям усного мовлення приділялося недостатньо уваги; надмірна увага приділялася опрацюванню ділових паперів, що мало репродуктивний характер і не сприяло формуванню мовної індивідуальності майбутніх фахівців; не завжди враховувалася специфіка майбутнього професійного контексту. Програмний матеріал, вправи, що пропонувалися в навчально-методичній літературі, були розраховані на всіх студентів закладу вищої освіти без урахування специфіки конкретної галузі.

Отже, сьогодні існує необхідність в об'єктивній переоцінці старих та впровадження новітніх педагогічних та інформаційно-комунікативних технологій, вивчення можливих напрямків, шляхів і умов удосконалення якості професійної мовленнєвої підготовки здобувачів вищої освіти.

Короткий огляд публікацій за темою. Сьогодні увага наукової спільноти до проблеми компетентності зумовлена, передусім, переорієнтацією вищої освіти на формування базових компетенцій, як відображення сукупності знань і вмінь та майбутніх фахівців. Це викликало активізацію численних наукових пошуків та досліджень компетентності як суб'єктної характеристики.

Ретроспективний аналіз наукових праць переконує, що проблематику формування мовної та мовленнєвої компетентності майбутніх фахівців різних спеціальностей розглянуто у працях таких вітчизняних дослідників, як: Н. Бідюк, А Варданян, А. Загнітко, Л. Зосімова, К. Климова, О. Коваленко, О. Ковтун, О. Копусь,М. Кравець, К. Крутій, М. Орап, Ю. І. Соколова, Л. Сікорської, Н. Тоцькоїта ін. У своїх працях Н. Бабич, Л. Барановська, О. Біляєва, Л. Головата, Н. Голуб, Н. Кострица, В. Момот, А. Нікітіна, Т. Окуневич, Л. Паламар, М.Пентилюк, Л. Струганець, Л. Сушенцева, та ін. пропонують педагогічні технології формування культури професійного мовлення у студентів закладів вищої освіти.

У дисертаційних працях Л. Барановської, Г. Берегової, О. Бугайчук, А. Варданян, Л. Васецької, Л. Головатої, Ж. Горіної, О. Гриджук, Н. Кострици, К. Лихачової, Л. Лучкіної, Т. Окуневич, Н. Тоцької та ін. розкрито основні проблемні питання формування професійної мовленнєвої компетентності здобувачів вищої освіти та запропоновано відповідні інноваційні освітні моделі, методики та технології. Досить ґрунтовно поняття «педагогічні умови» розглядали у своїх працях: І. Аксарина, А. Алексюк, В. Андреєв, Ю. Бабанський, А. Багдуєва, О. Бережнова, С. Єрохін, Л. Загребельна, А. Б. Купріянов,

 ©|*N. V. Kolodiy 2021*

А. Литвин, С. Максименко, В. Манько, О. Назарова, І. Підласий, М. Філоненко та ін.

Однак, на жаль, сьогодні не існує якоїсь однієї уніфікованої моделі чи технології формування професійної мовленнєвої компетентності студентів гуманітарних спеціальностей, зокрема «Соціальної роботи не визначено педагогічні умови їх формування.

Метою статті є розкриття ролі і значення професійної мовленнєвої компетентності для фахівців соціальної роботи і виокремити основні умови її формування.

Виклад основного матеріалу. Сучасний соціально-економіко-політичний стан держави, тривале ведення воєнних дій на сході країни значно ускладнили життя громадян Україні. Саме суспільне життя сьогодні потребує нових прогресивних підходів розвитку соціальної сфери суспільства, удосконалення професійної підготовки фахівців із соціальної роботи.

Фахівець із соціальної роботи – це особа, яка відповідно до вимог стандартів вищої освіти повинна володіти сукупністю особистісних якостей та професійних компетентностей для виконання специфічного виду суспільної діяльності. Він має володіти високим рівнем сформованості професійних мовленнєвих компетентностей, що охоплюватиме знання мовних норм, а також знання з наук, які досліджують мовленнєві і поведінкові закономірності.

Закон України «Про вищу освіту» подає компетентність як «динамічну комбінацію знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей, що визначає здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну та/або подальшу освітню діяльність[1].

У «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» за ред. В. Бусела поняття компетентність подане як «поінформованість, обізнаність, авторитетність», «достатні знання у певній галузі», «добра обізнаність, тямущість», «наявність певних повноважень», а компетенція – як «добра обізнаність» та «повноваження певної організації чи особи» [6, С.82].

Науковець О. Гриджук компетентність розуміє як «інтегральну якісну особистісну характеристику студента, в основі якої знання,розуміння, обізнаність, досвід соціальної та професійної діяльності; як здатність студента ефективно працювати, нестандартно підходити до вирішення проблемних ситуацій, що виникають у різних сферах його життєдіяльності»[7,С.78]. Ми поділяємо думку автора про те, що мовно-комунікативна компетентність – це здатність послуговуватися нормами української літературної мови у сфері наукової та професійної діяльності, належний рівень комунікативних навичок, уміння аналізувати власне й чуже висловлювання, знання професійного дискурсу, ціннісне ставлення до мови [7,С.82].

Ми також повністю поділяємо думку Л. Соловей про те, що термін «професійна компетентність» означає конкретні результати та підсумки освітнього процесу, рівень професійних знань і вмінь та їх ефективне використання, професійний досвід, систему ціннісних орієнтацій фахівця, ставлення його до людей і праці, здатність до самоосвіти та здобування нових знань, ефективне володіння різними способами вирішення проблемно-когнітивних завдань тощо [5, С.560].

У свою чергу А. Богуш під мовленнєвою компетенцією розуміє вміння адекватно і доречно практично користуватися мовою в конкретних ситуаціях (висловлювати свої думки, бажання, наміри, прохання тощо), використовувати для цього як мовні, так і позамовні (міміка, жести, рухи) та інтонаційні засоби виразності мовлення [3, С.53].

А. Варданян професійну мовленнєву компетентність визначає, як якість особистості, що «інтегрує в собі особистісні комунікативні якості, знання про систему мови, володіння мовними поняттями і засобами, культурою спілкування як у соціальному житті, так і в професійній сфері, усвідомлення особистістю потреб, ціннісних орієнтацій і мотивів комунікації і розвитку[5, С.6].

Мовленнєва компетенція передбачає безперервне вдосконалення комунікативних умінь в основних видах мовленнєвої діяльності − слуханні, говорінні, читанні та письмовій діяльності; уміння планувати свою мовленнєву і не мовленнєву поведінку, уміння застосовувати стилістичні багатства рідної мови.

Її змістом є: знання про точність, влучність, адекватність, правильне використання мовних засобів, знання про особливості використання мовних засобів залежно від типу, стилю мовлення, знання особливостей використання зображувально-виражальних засобів мови.

Узагальнюючи подані в науковій літературі тлумачення ключових термінів дослідження, ми розуміємо професійну мовленнєву компетентність фахівця із соціальної роботи як його здатність якісно та ефективно використовувати мовні, позамовні норми та інтонаційні засоби виразності мовлення для досягнення визначених відповідно до конкретних професійно-комунікативних ситуацій цілей та завдань, а також здатність до самоосвіти та здобування нових знань тощо.

Основними функціями професійної мовленнєвої компетентності є:

- пізнавальна (пов’язана з роллю мовлення у здійсненні вищих психічних функцій людини, особливо з мисленням);
- інформативна (пов’язана з передачею і присвоєнням інформації в освітньому процесі та створенням сприятливого середовища для успішності педагогічного процесу);
- комунікативна (полягає в передачі інформації, обміні думками);
- стимулююча (обумовлена ціннісно-орієнтованим ставленням до професії і проявляється в мовленнєвій поведінці).
- Усі зазначені функції в реальному освітньому процесі взаємопов’язані й можуть переходити одна в іншу.
- Основними завданнями щодо формування професійної мовленнєвої компетентності бакалаврів соціальної роботи є такі:
- сприяти засвоєнню категорій та одиниць мови, функцій, осягнення закономірностей та норм її функціонування, наукових знань про особливості та специфіку конструювання професійного мовлення майбутнього фахівця;
- під час освітнього процесу навчити студентів розв’язувати складні професійно-комунікативні мовленнєві задачі, вільно орієнтуватися в нестандартних ситуаціях;
- формувати особистісні та професійні якості шляхом активного та цілеспрямованого впливу на мотиваційну сферу їх освітньої діяльності, виховувати моральну готовність випускників до роботи в соціальній сфері;
- розвивати їх пізнавальні, наукові та особистісні інтереси в галузі професії, яку вони обрали, сприяти самоосвіті та самовдосконаленню.

Формування професійної мовленнєвої компетентнос-

ті у бакалаврів соціальної роботи є освітнім процесом, кінцевою метою якого є оволодіння ними системою принципів, методів і прийомів, спрямованих на здійснення ефективної комунікативної взаємодії з колегами та пацієнтами, і тому для ефективного процесу формування їх професійної мовленнєвої компетентності доцільно визначити педагогічні умови, які б допомогли вирішенню відповідних педагогічних завдань.

Професійна мовленнєва компетентність фахівця із соціальної роботи – це його здатність якісно та ефективно використовувати мовні норми для досягнення визначених, відповідно до конкретних професійно-мовленнєвих ситуацій цілей та завдань.

Змістом професійної мовленнєвої компетентності є: знання про точність, влучність, адекватність, правильне використання мовних засобів, знання про особливості використання мовних засобів залежно від типу, стилю мовлення, знання особливостей використання зображувально-виражальних засобів мови.

Складовими професійного мовлення фахівця із соціальної роботи є: фахові знання; висока загальна культура фахівця та сформовані професійні компетентності.

Науковий аналіз проблеми формування професійної компетентності майбутніх бакалаврів соціальної роботи передбачає визначення ключових педагогічних умов, що надають змогу ефективно організовувати і здійснювати процес формування зазначеної компетентності.

У сучасній педагогічній науці існують різні погляди та підходи до визначення суті і змісту «педагогічні умови». Проаналізуємо лише деякі з них, на які, зазвичай, частіше спираються вчені та науковці.Так науковець вчений Ю. Бабанський педагогічні умови розглядає, як «відповідні фактору педагогічні обставини, які сприяють (або протидіють) проявам педагогічних закономірностей, обумовлених дією факторів» [2, С.80].

Погоджуємося й з думкою С. Максименко та М. Філоненко, які педагогічні умови розглядають як «значущий компонент педагогічного процесу, який інтегрує певну сукупність педагогічних заходів, спрямованих на досягнення поставленої мети» [8, С.173].

О. Бражнич стверджує, що педагогічними умовами можна вважати «сукупністю об'єктивних можливостей змісту, методів, організаційних форм і матеріальних можливостей здійснення педагогічного процесу, що забезпечує успішне досягнення поставленої мети», а О. Назарова «як сукупність об'єктивних можливостей, змісту, форм, методів, педагогічних прийомів і матеріально-просторового середовища, які спрямовані на розв'язання дослідницьких завдань» [9, С.12].

Намагаючись досягти результату, можна сукупністю визначених умов впливати на перебіг освітнього процесу чи явища, сприяти їх дієвості.

Оскільки ми розкриваємо зміст поняття «педагогічні умови», то логічним є твердження, що мова йде про обставини, пов'язані з управлінськими аспектами планування, організацією та проведенням освітнього процесу в закладі вищої освіти, з тим зовнішнім і внутрішнім освітнім середовищем, в якому відбувається освітня і науково-дослідницька діяльність здобувачів вищої освіти. Ця діяльність спрямована передусім на отримання студентами професійних знань, умінь і навичок, розвиток високих особистісних якостей, формування професійної (у тому числі мовленнєвої) компетентності тощо.

Отже, узагальнюючи погляди та підходи сучасних дослідників, науковців і вчених щодо проблеми сутності педагогічних умов можемо стверджувати, що під педагогічними умовами формування професійної мовленнєвої компетентності майбутніх бакалаврів соціальної роботи ми розуміємо спеціально створені необхідні і достатні дії, взаємодії, обставини, можливості та чинники суб'єктів та об'єктів освітнього процесу, що реалізуються в межах цього процесу, сукупність яких визначає ефективність та результативність (якість) процесу формування професійної компетентності майбутніх фахівців із соціальної роботи у закладах вищої освіти. Вважаємо, що це визначення можна прийняти за основу, оскільки воно має узагальнений інтегрований характер, вказує на функціональне призначення умов і відображає їх науково-педагогічну сутність.

Таким чином, у подальшому ми можемо визначити низку педагогічних умов, що будуть ефективно впливати на формування і розвиток всіх компонентів професійної підготовки майбутніх фахівців із соціальної роботи, у тому числі й формування професійної мовленнєвої компетентності:

- наявність висококваліфікованих педагогів – фахівців з професійного мовлення; врахування особливостей професійної діяльності фахівців із соціальної роботи;
- реалізація викладачами компетентнісного підходу до підготовки студентів;
- кваліфікований відбір викладачами професійної лексики, пропонованого мовного матеріалу з урахуванням частотності використання його в галузі соціальної роботи;
- поетапне формування та розвиток професійної мовленнєвої компетентності майбутніх бакалаврів соціальної роботи; трансформація змісту навчального матеріалу та його конструювання у вигляді міждисциплінарних професійно зорієнтованих завдань;
- організація особистісно-орієнтованої підготовки студентів на основі гуманізації взаємодії суб'єктів освітнього процесу та розвитку їх моральних якостей;
- використання комплексу інтерактивних технологій навчання, які стимулюють мовленнєво-комунікативну активність студентів в освітньому процесі;
- створення в закладі вищої освіти інформаційного освітнього середовища, що дозволяє ефективно формувати професійну мовленнєву компетентність на основі сучасних технологій (педагогічних, інформаційних та інформаційно-комунікативних) та засобів навчання;
- усвідомлення студентами значущості професійного мовлення у їхній майбутній професійній діяльності;
- розвиток у студентів мислення, мовного чуття, навичок володіння виражальними засобами української мови, загальнонародною і професійною лексикою, відтінками значень слів;
- формування у студентів умінь виразного мовлення, що досягається вмілим інтонуванням залежно від змісту, умов спілкування, а також шляхом доречного вживання зображальних засобів, засобів образної словесної наочності;
- формування у студентів потреби до самоосвіти і самовдосконалення; забезпечення мотивації до оволодіння культурою професійного мовлення у професійній діяльності;
- удосконалення навчально-методичного забезпечення процесу формування професійної мовленнєвої компетентності студентів;
- постійне здійснення моніторингу процесу формування мовленнєвої компетентності; контролювати як розвиток культури мовлення, так і культури спілкування студентів, створювати установку на оволодіння літературною мовою в різних ситуаціях спілкування;

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

• контролювати і розвивати комунікативні уміння, розбиратися в питаннях техніки комунікації, з'ясувати свою соціальну позицію у спілкуванні;
• приведення всіх компонентів процесу формування професійної мовленнєвої компетентності в єдину цілеспрямовану систему навчання, виховання та розвитку студентів;
• поширення або екстраполяція професійного мовлення в сферу соціальної роботи та особистого життя студентів.

Усі зазначені нами педагогічні умови спрямовані на формування того чи іншого компоненту професійної підготовки майбутніх фахівців із соціальної роботи. Кожна взята окремо умова має свої певні переваги і можливості, однак тільки їх сукупність дозволить досягти необхідних дидактичних та виховних цілей, отримати найкращі результати у формуванні професійної мовленнєві компетентності бакалаврів соціальної роботи.

Висновки. Таким чином, проаналізувавши сучасну теорію і практику мовленнєвої підготовки студентів гуманітарних спеціальностей, зокрема за спеціальністю «Соціальна робота», можна зробити висновок, що питання професійної мовленнєвої компетентності ще недостатньо розроблено, існує гостра потреба пошуку нових дидактичних та практичних рішень у питанні професійної мовленнєвої підготовки майбутніх фахівців, удосконаленні всіх її складових.

Організація відповідного освітнього мовного середовища в закладах вищої освіти та набуття бакалаврами соціальної роботи високого рівня професійної мовленнєвої компетентності сприятимуть успішній реалізації у подальшій практичній діяльності їх фахових знань, професійній самоосвіті та підвищенню мовленнєвої компетентності серед широких верств населення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про вищу освіту» // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 37-38, ст. 2004.
2. Бабанский Ю. К. Интенсификация процесса обучения / Ю. К.Бабанский. – М.: Знания, 1987.–80 с.
3. Богуш А. М. Витоки мовленнєвого розвитку дітей дошкільного віку: програма та методичні рекомендації / Укл. А.М. Богуш.− К.:ІЗМН,1997. − 112 с.
4. Бражнич О.Г. Педагогічні умови диференційованого навчання учнів загальноосвітньої школи : дис. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.07 «Теорія і методика виховання» / О.Г. Бражнич. – Кривий Ріг, 2001. – 238 с.
5. Варданян А. Формування професійно-мовленнєвої компетентності майбутніх лікарів: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти. Хмельницький національний університет. Хмельницький, 2017 – 23с.
6. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. Київ, Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. − 1728 с.
7. Гриджук О.Є. Теоретико-методичні засади формування мовнокомунікативної компетентності майбутніх фахівців лісотехнічних спеціальностей: дис. на здобуття наук. ступеня доктора педагогічних наук: спец. 13.00.02 «Теорія і методика навчання (українська мова)». Херсонський державний університет, Херсон, 2018.
8. Максименко С. Д. Педагогіка вищої медичної освіти: підручник / С. Д. Максименко, М. М. Філоненко – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 288 с.
9. Назарова О. Л. Новые информационные технологии в управлении качеством образовательного процесса в колледже / О.Л. Назарова // Информатика и образование. – 2003. – № 11. – С. 79 – 84.
10. Соловей Л.С. Компетентнісний підхід і оптимізація туристичної освіти / Л.С. Соловей // Людський капітал в умовах трансформації українського суспільства: Міжнарод. наук. конф. викл., асп. і студ. /Зб. тез. – К.: Акад. праці і соц. відносин Федер. проф. спілок України, 2014. – С. 23-24.

REFERENCES

1. Zakon Ukrayiny «Pro vyshchu osvitu» // Vidomosti Verkhovnoyi Rady (VVR), 2014, № 37-38, st. 2004.
2. Babanskyy YU. K. Yntensyfykatsyya protsessa obuchenyya / YU. K.Babanskyy. – M.: Znanyya, 1987.–80 s.
3. Bohush A. M. Vytoky movlennyevoho rozvytku ditey doshkil′noho viku: prohrama ta metodychni rekomendatsiyi / Ukl. A.M. Bohush.− K.:IZMN,1997. − 112 s.
4. Brazhnych O.H. Pedahohichni umovy dyferentsiyovanoho navchannya uchniv zahal′noosvitn′oyi shkoly : dys. ... kand. ped. nauk: spets. 13.00.07 «Teoriya i metodyka vykhovannya» / O.H. Brazhnych. – Kryvyy Rih, 2001. – 238 s.
5. Vardanyan A. Formuvannya profesiyno-movlennyevoyi kompetentnosti maybutnikh likariv: avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ped. nauk: spets. 13.00.04 – teoriya i metodyka profesiynoyi osvity. Khmel′nyts′kyy natsional′nyy universytet. Khmel′nyts′kyy, 2017 – 23s.
6. Velykyy tlumachnyy slovnyk suchasnoyi ukrayins′koyi movy / uklad. i holov. red. V. T. Busel. Kyyiv, Irpin′: VTF «Perun», 2005. − 1728 s.
7. Hrydzhuk O.YE. Teoretyko-metodychni zasady formuvannya movnokomunikatyvnoyi kompetentnosti maybutnikh fakhivtsiv lisotekhnichnykh spetsial′nostey: dys. na zdobuttya nauk. stupenya doktora pedahohichnykh nauk: spets. 13.00.02 «Teoriya i metodyka navchannya (ukrayins′ka mova)». Khersons′kyy derzhavnyy universytet, Kherson, 2018.
8. Maksymenko S. D. Pedahohika vyshchoyi medychnoyi osvity: pidruchnyk / S. D. Maksymenko, M. M. Filonenko – K.: Tsentr uchbovoyi literatury, 2014. – 288 s.
9. Nazarova O. L. Novye ynformatsyonnye tekhnolohyy v upravlenyy kachestvom obrazovatel′noho protsessa v kolledzhe / O.L. Nazarova // Ynformatyka y obrazovanye.2003.–№11.–S.79–84.
10. Solovey L.S. Kompetentnisnyy pidkhid i optymizatsiya turystychnoyi osvity / L.S. Solovey // Lyuds′kyy kapital v umovakh transformatsiyi ukrayins′koho suspil′stva: Mizhnarod. nauk. konf. vykl., asp. i stud. /3b. tez. – K.: Akad. pratsi i sots. vidnosyn Feder. prof. spilok Ukrayiny, 2014. – S. 23-24.

The role and significance of professional speech competence for social work specialists

N. V. Kolodiy

Abstract. The article reveals the role and importance of professional speech competence for social workers. It is determined that the professional speech competence of a social work specialist is his ability to qualitatively and effectively use language norms to achieve certain goals and objectives, in accordance with specific professional speech situations. The key pedagogical conditions for the formation of professional speech competence of future social workers are identified as specially created necessary and sufficient actions, interactions, circumstances, opportunities and factors of subjects and objects of the educational process, implemented within the institution of higher education.

Keywords: *social work specialist, language competence, speech competence, pedagogical conditions, formation of professional speech competence.*

The journal is published under Creative Commons Attribution License v4.0 CC BY 4.0

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