**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД**
**«ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**
**МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ,**
**МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ**

**Науково-дослідна частина**
**Наукове товариство студентів та аспірантів**

# ЗБІРНИК
**наукових праць студентів,**
**аспірантів і молодих вчених**

# «МОЛОДА НАУКА-2012»

## Том II

*Секція №4 «Журналістика»*
*Секція №5 «Юридичні науки»*
*Секція №6 «Математичні науки»*

**Запоріжжя**
**2012**

УДК: 001(063)
ББК: Ч21л0

## РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Бондар О.Г. – в.о. ректора ЗНУ
Грищак В.З. – проректор з наукової роботи
Меняйло В.І. – начальник науково-дослідної частини
Доброскок С.О. – голова Наукового товариства студентів та аспірантів
Оспіщева І.В. – завідувач відділу науково-технічної інформації та комерціалізації науково-дослідної частини
Борисенко О.В. – фахівець науково-дослідної частини
Ващенко Л.І. – фахівець науково-дослідної частини
Леонтьєва В.В. – заступник декана з наукової роботи математичного факультету
Багрійчук О.С. – заступник декана з наукової роботи фізичного факультету
Богдановська Н.В. – заступник декана з наукової роботи факультету фізичного виховання
Линенко А.В. – заступник декана з наукової роботи економічного факультету
Лютіков П.С. – заступник декана з наукової роботи юридичного факультету
Ткалич М.Г. – заступник декана з наукової роботи факультету СПП
Мацегора І.Л. – заступник декана з наукової роботи філологічного факультету
Олійник О.М. – заступник декана з наукової роботи факультету менеджменту
Гугнін Е.А. – заступник декана з наукової роботи факультету соціології та управління
Копійка В.В. – заступник декана з наукової роботи біологічного факультету
Ігнатуша О.М. – заступник декана з наукової роботи історичного факультету
Чернявська Л.В. – заступник декана з наукової роботи факультету журналістики
Семенчук А.Б. – заступник декана з наукової роботи факультету іноземної філології
Ель Гуессаб Карім – відповідальний за наукову роботу кафедри філософії
Носик М.О. – заступник директора Економіко-правничого коледжу

*Збірник укладено за результатами V університетської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2012», що проходила в Запорізькому національному університеті 10-12 квітня 2012 року.*

*Автори публікацій несуть відповідальність за достовірність фактичних даних, чіткість викладу тексту, цитування, а також за мовно-стилістичний рівень написання матеріалів.*

Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2012» : у 7 т. / Запорізький національний університет. – Запоріжжя : Поліграфічний центр «Copy Art», 2012. – Т. 2. – 384 с.

УДК: 001(063)
ББК: Ч21л0

© Запорізький національний університет, 2012
© Автори публікацій, 2012

## СЕКЦІЯ №4 ЖУРНАЛІСТИКА

**Абліцова Ганна**
студентка 2 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: ст. викладач Микитів Г.В.

### ЖАНРОВА ПАЛІТРА ГАЗЕТИ «РОЗ-ІНФОРМ»

Районна газета – це універсальне видання, присвячене переважно висвітленню місцевої тематики. Головна мета такого типу преси – опис подій певної території, розкриття провінційних тем, вчасне подання свіжих новин. Публікації «районки» повинні бути максимально прив'язаними до районного центру та бути близькими до аудиторії, відповідати її інформаційним запитам.

Районна газета є засобом комунікації в середині кожного окремого району, яка об'єднує мешканців спільними проблемами та інтересами, забезпечує суспільний діалог населення з владою тощо.

Функціональне призначення «районки», а особливо місцева аудиторія, формують як тематику матеріалів, так і жанрову палітру видання. Поділ текстів за відповідними жанровими групами носить умовний характер, бо межі між ними нечіткі й один жанр може містити ознаки іншого. На сучасному етапі розвитку жанрології сформувалися й такі жанри, які водночас використовуються як в інформаційному відтворенні, так і в аналітичному відображенні. Крізь призму проблематики і тематики районної газети жанри трансформовані, синтезовані і тому неоднозначні.

До інформаційних жанрів належать ***замітка***, ***звіт***, ***інтерв'ю*** та ***репортаж***. Усі вони є популярними в аналізованому виданні, в одному номері значна частина матеріалів – інформаційного характеру.

***Замітка*** в районній газеті «Роз-інформ» є не дуже поширеним жанром. Це обумовлено тим, що події, які відбуваються на території району, журналісти намагаються розкрити ширше, ніж того вимагає цей жанр. Насичуючись подробицями, фактами, деталями, події, явища і ситуації знаходять відображення в інших жанрових текстах, зокрема в кореспонденції, статті тощо.

Однак замітки, опубліковані в газеті, виконують своє функціональне призначення. Зокрема ***замітка*** **«Освітяни святкували»** у своїй основі має інформаційний привід – проведення урочистостей із нагоди Дня працівників освіти. Відтворена ситуація нова для читачів, а тому є актуальною й потребує оперативного висвітлення. Замітка містить не тільки сухі факти про подію, що відбулася, а й доповнена враженнями автора: *«Святковий захід пройшов в щирій, невимушеній, надзвичайно душевній атмосфері…»*. Структура публікації – послідовний виклад відповідей на питання: що? де? коли?, щоправда у зворотному напрямку: (коли?) *«минулої п'ятниці, 30 вересня»*, (що?) *«урочистості з нагоди Дня працівників освіти»*, (де?) *«актовий зал Розівської ЗОШ №1»*. Отже, матеріал **«Освітяни святкували»** – ***подієва замітка***, що містить актуальну інформацію, цікаву читачеві.

Популярною на сторінках «районки» також є ***замітка-факт***. Вона чітко та швидко інформує мешканців про новину. Це, наприклад, тексти типу

**«Переходимо на новий час»**. Цей вид заміток лаконічний і не має зайвої забарвленої лексики. Такі матеріали характеризуються сухим офіційним стилем і вживанням нейтральних словосполучень.

Одним із поширених у районній пресі жанрів є ***звіт***. Найчастіше подією, яка відображається в ньому, є сесія районної ради, з'їзд політичної організації тощо. Для звіту як жанру журналістики характерні такі риси: точність, оперативність, докладність, повнота оповіді, конкретність часових меж. Саме цими властивостями і наділені публікації **«102 сообщает»** і **«Бюджет 2011 прийнято»**, тому відносимо їх до жанру звіту. Причому, **«102 сообщает»** – ***тематичний звіт***. У ньому автор розповідає про неприємну ситуацію на дорозі, а потім закликає читачів бути обережними, чим і привертає їхню увагу. **«Бюджет 2011 прийнято»** – ***прямий звіт***, адже автор детально повідомляє про сесію районної ради та про прийнятий районний бюджет, не додаючи власних коментарів.

Досить часто зустрічається в газеті жанр ***репортажу***. Вони бувають різнотематичні й описують яскраві, помітні явища з життя району: концерти, змагання, а також робочі виїзди редакційної групи до окремих сіл, селищ тощо.

Яскравим прикладом репортажу є матеріал **«День села – свято для душі»**. У цій публікації, підкріпленій чотирма фотографіями, журналіст якнайкраще передав дух святкування: *«за словами гостей Дня села Зеленополя, свято того вечора вдалося на славу…»; «прекрасним подарунком для зеленопільців та гостей села став яскравий феєрверк»; «народні гуляння завершилися далеко за північ», «такого гарного і веселого свята в Зеленополі ще не було»*, зберігаючи хронологію подій і висловлюючи власні враження від того, що відбувалось навкруги. За приналежністю до певного різновиду цей репортаж класифікуємо як подієвий, оскільки саме він на сьогодні є найпопулярнішим на шпальтах газет. Журналіст зробив усе можливе, щоб, читаючи матеріал, мешканці району відчували себе учасниками події, тобто автор тексту вдало використав «ефект присутності», що є однією з головних ознак цього жанру.

Змістовно насиченим є такий інформаційний жанр, як ***інтерв'ю***. Цей вид рідко зустрічається на сторінках «районки». Найголовнішою причиною можна назвати потребу або тільки в інформуванні довкілля щодо явищ, подій і фактів суспільного життя, або в аналітичному відтворенні дійсності. Головними героями інтерв'ю в районній газеті є переважно керівники владних установ. Яскравий приклад такого ***інтерв'ю*** – **«Реформування медицини є важливим і неминучим»** із заступником голови райдержадміністрації. Метою цієї публікації є повідомлення та пояснення реформування медицини. У міру своєї важливості інтерв'ю містить шаблонні питання (*«Як на Вашу думку, наскільки нагальною є необхідність змін в медичній сфері?»*) та й взагалі цікаве вузькому колу читачів.

Порівняно з інформаційними жанрами, менше поширеними на сторінках газети «Роз-інформ» є аналітичні, оскільки видання – невелике за обсягом, а повинно висвітлити велику кількість потрібної читачеві інформації. Аналітика передбачає не лише подання достовірної інформації, а й скрупульозний її аналіз

і встановлення причинно-наслідкових зв'язків. Найуживанішими видами аналітичних жанрів у «районці» є ***стаття, кореспонденція і лист***.

***Стаття*** – найважливіший аналітичний жанр журналістики, що на підставі розгляду та зіставлення значної групи фактів чи ситуацій ґрунтовно й глибоко, з науковою точністю трактує, осмислює й теоретично узагальнює проблеми соціальної дійсності. У «районці» дуже мало представлено такого виду аналітики, а якщо і є, то висвітлює переважно загальноукраїнську проблематику, як, наприклад, у публікаціях **«Європейські перспективи України»** та **«На все приходить час розплати»**. Ці статті ми умовно відносимо до різновиду проблемних. Звісно, теми матеріалів різні, але їх виклад майже ідентичний: на початку окреслена певна проблема, а далі йде поступовий її аналіз і зіставлення схожих подій, проведення паралелей. Статті такого типу є небажаними і нечитабельними серед місцевого населення публікаціями, адже з «районки» перш за все сільським мешканцям потрібно отримати суспільно-політичну інформацію власного району, а вже потім і загальноукраїнську.

Користується попитом серед читачів газети «Роз-інформ» ***кореспонденція***. Це жанр журналістики, що розміщений на межі між інформацією та аналітикою. Публікації досліджуваної нами газети здебільшого представляють жанр аналітичної кореспонденції. Особливістю цього виду аналітики є обмежений конкретний життєвий матеріал, на основі якого розглядається певна тема, порушується проблема та пропонуються шляхи її подолання. У рубриці «Критична точка» подана публікація, яку ми без вагань відносимо до ***кореспонденції*** – **«Обережно: вірус вандалізму!»**. У тексті лише одним реченням зазначена неприємна подія в одному з населених пунктів, а далі вже простежуємо поступовий аналіз руйнації та виклад дій влади стосовно цієї проблеми. Своїм матеріалом журналіст намагається розбудити людяність і почуття відповідальності в серцях населення. Використовуючи категоричні вислови та змістовні доводи, автор кореспонденції відтворює реальність і вказує на недоліки.

Зовсім іншою за тематикою та викладом є ***кореспонденція*** **«Непізнане поруч або непрохані гості»**. Автор цього матеріалу досліджує проблему та через тези-аргументи і фотографії-докази розкриває читачам істину. Щоправда, істина це чи міф кожен зрозумів по-своєму. Особливостями цієї публікації є полемічність, активне вживання коментарів, ясність і достовірність викладу.

У газеті серед аналітичних жанрів бачимо ***лист***. В останні роки він стрімко втрачає свою популярність і зникає зі шпальт друкованих періодичних видань. У «Роз-інформ» ми можемо зустріти цей жанр приблизно раз на квартал. Але ж, лист – це одна зі специфічних рис районної газети, тому його мінімалізація – явище негативне. Теми, які порушують читачі у своїх листах, досить різноманітні: прохання про пораду фахівців різних галузей, висловлення побажань або вказування на недоліки редакції газети, скарги на районну (сільську) владу та інше. Наприклад, у рубриці «Ви нам писали» опублікований лист від жительки одного з сіл: **«Навіюють спогади літа»**. Жінка через газету ділиться з сучасним поколінням своїми враженнями та згадками про Різдво її

дитинства, щасливий, безтурботний 1930 рік. Завдяки активному вживанню у своїй розповіді художньо-публіцистичних засобів, елементів діалогу: *«− Добрий вечір! Зі святим вечором будьте здорові! Прислали батько й мати вам вечерю!»* лист максимально наближений до замальовки: читаєш і наче поринаєш у ті часи.

Остання група жанрів – художньо-публіцистичні. До неї відносимо ***замальовку***, ***нарис***, ***есе***, ***фейлетон*** і ***памфлет***.

Популярністю на сторінках «Роз-інформ» користується ***нарис***. Це центральний жанр публіцистики, що передбачає оперативний відгук на суспільно важливу подію, розкриття образу цікавої особистості, створення портрета колективу, розповідь про побут, звичаї й людей певного регіону своєї й чужої країни. Внутрішньожанрова типологія нарису включає в себе портретний, проблемний, подорожній, науково-популярний та інші його зразки. У досліджуваній нами «районці» найбільш вживані ***портретні нариси***: **«Шлях до щастя позначений любов'ю»** та **«Чарівні руки Ксенії Камінської»**. Перший нарис – змалювання справжнього кохання. Автор розпочинає свій матеріал із римованих рядків, використовуючи їх як епіграф. Далі ми простежуємо поділ публікації на дві рівноправні частини: *«Два серця – одна душа», «Головне – бажання»,* у кожній з яких поступово описуються події та проблеми, що їх переживали герої. Другий нарис – опис вправної рукодільниці району, її життя та захоплень. Цей матеріал також розпочинається з віршованих рядків, що емоційно підсилюють тему твору та задають подальший тонус для читання: *«Ця голка-чарівниця / Чаклує день при дні. / З'являються картини / На білім полотні».* Завдяки подібним нарисам пересічні жителі району дізнаються про своїх односельчан щось нове, цікаве, невідоме донині.

Не вистачає на шпальтах газети «Роз-інформ» сатиричних жанрів, що й робить видання занадто серйозним і дещо однотонним. Проглянувши річну підшивку «районки», ми, все ж таки, виявили ***фейлетон*** **«Благодійник, або лист до газети»**. У ньому висміюються такі негативні явища суспільства, як егоїстичність і пихатість. Герой фейлетону – досить-таки розповсюджена особистість у нашому суспільстві, тому цей матеріал і є актуальним.

Отже, журналісти газети «Роз-інформ» використовують у своїх публікаціях всі три групи жанрів: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні, але не в однакових пропорціях. Найпопулярнішими залишаються інформаційні жанри, а особливо замітки та звіти. Періодично звертаються автори і до аналітики, щоб висвітлити та проаналізувати певний конфлікт, проблемну ситуацію, яка турбує багатьох людей, і внести ясність чи корективи. Художньо-публіцистичні жанри, порівняно з іншими, представлені найменше, бракує творів, де автор вдається до іронії чи сарказму. Тематика матеріалів різноманітна – від проблем і подій маленького села до загальноукраїнських питань.

**Аракелян Маріам**
студентка 2 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: ст. викладач Микитів Г.В.

# ЖАНРОВА ПАЛІТРА ФОТОГРАФІЙ НА ШПАЛЬТАХ ГАЗЕТИ «СУББОТА ПЛЮС»

Фотографія на шпальтах газет, інтернет-видань, у випусках новин – це не лише невід'ємний компонент дизайну, що привертає увагу читача до видання, але й самодостатній цілісний документ, що виконує інформаційну функцію.

Згідно з визначенням, що подається в «Сучасній енциклопедії», фотографія – теорія і методи отримання видимого зображення об'єктів на світлочутливих фотографічних матеріалах [1].

Історичний розвиток і становлення фотографії вивчали Е. Мітчел, К. Чибісов, Д. Корабльов, С. Євгенов, С. Транковський, Н. Синяков та ін. Найперша фотографія, що збереглася до наших часів, – «Вид з вікна», який було отримано французом Жозефом Нісефором Ньєпсом у 1826 році за допомогою камери-обскури. Практично кожен, хто досліджував фотоілюстрації та їх функціонування в періодичних виданнях, намагався систематизувати їх за жанрами. Досить відомими є класифікації М. Ворона, Б. Чернякові, М. В'язового. Ю. Шаповала, О. Колосова, С. Гуревича.

«**Жанр** (від франц. genre – вид, стиль + лат. genus – рід) … у журналістиці – історично сформований стійкий тип медіатвору з відповідною структурою, способом засвоєння фактичного матеріалу та функціями» [2, с. 38].

Три типи фотографії виділяє російський дослідник М. Вязовий у статті «Класифікація фотографії», а саме: **документальну, художню і фотожурналістику**. **Документальну** фотографію науковець визначає як наукову, технічну фотографію, головними властивостями якої є достовірність і точність. **Художня** фотографія розглядається ним як своєрідне мистецтво, близьке до живопису, звідки й узяло свій початок. Що стосується **фотожурналістики**, або **прес-фотографії**, її особливостями є чітко виражений соціальний характер, постійне супроводження коментарем (вербальний компонент) [3, с. 14-16].

На думку українського вченого Б. Чернякова до інформаційних жанрів фотожурналістики належать **фотозамітка, розширена замітка, фотозвинувачення, фоторепортаж, фотокореспонденція інформаційного виду**. Аналітичні жанри представлені **фотокоресподенцією, фотофейлетоном аналітичного виду**; висловлені припущення про можливість виокремлення в цій типологічній підгрупі жанрових форм **фотокоментарю, фотоогляду**. Художньо-публіцистичну підгрупу жанрів складають **фотонарис, фотозамальовка, фотофейлетон** [4, с. 12-15].

Про рівноцінність візуальної та вербальної інформації на сторінках сучасних газет наголошує С. Гуревич у виданні «Газета: вчора, сьогодні, завтра». Відповідно до запропонованої дослідником класифікації існують такі види газетних ілюстрацій: **фоторепортаж, фотонарис, фотопортрет, фотонатюрморт, фотопейзаж, фотоетюд, фотозвинувачення,**

**фоторепродукція**. Поняття **натюрморту**, **пейзажу** і **портрета** використовуються автором у класичному розумінні. **Фоторепортаж** включає знімки, які фіксують певний момент події, поведінку осіб, які у них діють. Тому зрозумілою є неможливість використання постановочних кадрів. **Фотонарис** – це обов'язково кілька фотографій, що об'єднані спільною темою. **Фотозвинувачення**, за визначенням С. Гуревича, використовують як засіб боротьби з певними недоліками, фіксуючи на фото результати поганої роботи, безвідповідальності тощо. Фотоетюд слугує засобом естетичного виховання читачів, викликаючи в них емоції, пов'язані зі сприйняттям краси природи [5, с. 45].

На сторінках газети «Суббота плюс» жанр **фоторепортажу** є найбільш популярним. Зустрічаємо його здебільшого в таких рубриках, як «Крупным планом», «События недели», «Цена вопроса». Крім того, їх використання є характерним для рубрики «Фотоприкол», де розміщують кумедні фотоілюстрації з життя читачів із відповідними підписами. Майже всі фотографії цього жанру супроводжуються в газеті текстівками. Фотозображення, виконані в репортажному жанрі, пробуджують емоції в аудиторії, включають інтуїцію глядачів, допомагають розібратися в тому, що відбувається. Звичайно ж, кожна людина реагує на фоторепортажі по-своєму. Але їх суть фоторепортажу залишається в документальній достовірності й оперативності інформації. Часто для економії місця редакція розміщує меншу кількість фото (часто це лише один репортажний знімок), через що емоційна сила їх впливу послаблюється.

«Суббота плюс» уміщує велику кількість фотографій, виконаних у жанрі **фотопортрета**. Їх використовують для показу зовнішності героїв нарисів, замальовок, учасників інтерв'ю і бесід, відомих громадських і державних діячів минулого і сьогодення; багато з них знайомлять читачів з авторами публікацій. Так, наприклад, у кожному номері спостерігаємо портрет головного редактора та автора колонки − Богдана Василенка. Здебільшого всі фотопортрети мають невеликий розмір і виконані в чорно-білому варіанті. Текстівки під ними називають зображену особу.

Активно функціонує у виданні жанр **фотозвинувачення**. У газеті «Суббота плюс» його використовують як засіб боротьби з недоліками, відбиваючи на знімку результати поганої роботи, безвідповідальності і т. п. Такий тип фотоілюстрації спостерігаємо в рубриках «Новости нашего двора», «Среда обитания», «Конкретно». Варто зазначити, що це дуже популярний жанр у запорізькій пресі, проте під час його застосування редакція має дотримуватись певних правил, за яких цей жанр справді перетворюється на ефективний засіб боротьби з проблемами та недоліками або чиєюсь недбалістю. Головні вимоги – якість знімка та друку, бо інакше фотозвинувачення перетворюється на ілюстрацію. Це зумовлено тим, що дуже часто центральним фактом фотозвинувачення виступає частина фото: зламаний кран, тріснута труба, зруйнований дім тощо. Для того, щоб читач краще зрозумів проблему, на якій акцентовано, її описують також методом текстового супроводу.

Одним із найскладніших видів газетної ілюстрації є **фотонарис**. Він складається з декількох фотознімків, присвячених одній темі або одній людині, іноді об'єднаних загальним текстом. Фотонарис дає журналістові широкі можливості для розкриття теми, показу яких-небудь подій із життя людини. У газеті використовують різні види фотонарису, починаючи з простої тематичної добірки − декількох знімків, скомпонованих під відповідною рубрикою в одному місці газетного номера, наприклад, матеріал про знедолених дітей і їх побажання Діду Морозу, до складного, так званого наскрізного фотонарису, коли до нього входять знімки, розкидані по різних сторінках номера, ніби проходять крізь нього, наприклад, про діяльність запорізьких козаків: посівання, дитячі змагання. Фотографії в жанрі фотонарису часто супроводжують матеріали рубрик «Голая правда», «Тема номера», «Среда обитания».

Фотонарис суттєво відрізняється від репортажу, оскільки несе більш емоційне забарвлення та звернений до чуттєвої сторони читача. Чого лише варті фотонариси з дитячих притулків, інтернатів. Фотожурналісти не прагнуть хронікальності, акцент робиться на деталях: очах, руках, у більшості випадків використовується верхня точка зйомки, що дає змогу показати, наприклад, беззахисність дітей перед навколишнім світом, а отже, сильніше вплинути на реципієнта, змусити замислитися та зробити важливий крок назустріч осиротілим серцям.

Інколи функції ілюстрацій журналісту газети виконують різні види **фоторепродукції** − картин вітчизняних і зарубіжних художників, документів, книжкових сторінок і фрагментів газетних і журнальних публікацій. Вони дають можливість точно відтворювати частини текстів та ілюстрації, можуть бути використані і кінокадри. Редакція зазвичай звертається до таких жанрів у рубриках «Досуг» і «Сериал», де мова йде про новинки кіно, літератури, музичного Олімпу. Саме тоді у вигляді фотоілюстрації і подаються кінокадри з анонсованого фільму або обкладинки книжок, про які йде мова. Для унаочнення певних історичних або життєвих фактів дуже часто на шпальтах газети розміщують фрагменти з інших видань.

Нечасто у щотижневику «Суббота плюс» можна побачити такий жанр, як **фотонатюрморт**. За допомогою нього тут зазвичай показують зразки різних товарів, продукцію численних видів виробництва.

Рідкісним явищем є також **фотопейзажі**. Зображення цього жанру зустрічались у газеті раніше описаного періоду в матеріалах про подорожі Володимира Супруненка. Він представляв низку фотопейзажів, на яких зображені різні куточки Запорізької області, відкриваючи для мешканців міста насправді небачені стежини, проте видання згодом припинило друк етнографічних розвідок Володимира Супруненка, що суттєво позбавило фотоматеріали видання виховної й естетичної функції.

Визначальною рисою газети «Суббота плюс» є подання на першій шпальті **фотоколажу**, автором якого здебільшого виступає Єгор Сапронов. Завдяки влучному і гармонійному поєднанню малюнка і знімка колаж перетворюється у справжній витвір мистецтва: він подає художній образ,

отримує символічне звучання, стає засобом сатири, розкриваючи значення політичних подій, сенс масових суспільних явищ.

Аналізуючи підхід Єгора Сапронова до газетної ілюстрації можна дійти висновку, що тексти стають все менш виразними, і тому ілюстрації – усе більш яскравими (у першу чергу за змістом) й опуклими. Це спроба надати додатковий (а іноді – єдиний) сенс тексту.

Прослідкувавши тенденцію використання перерахованих жанрів у газеті, ми дійшли висновку, що найбільш популярними є жанри фоторепортажу, фотопортрета, фотонарису та фотозвинувачення, що пояснюється інформаційним характером видання. Сформувалася певна специфіка їх розташування, яка залежить передусім від теми рубрики та значущості інформації, яку вони в собі містять.

Не так широко використовується фотозображення, виконані в жанрі фоторепродукції, фотонатюрморту, фотопейзажу. Головною причиною цього є той факт, що сьогодні в газеті інформативна та рекламна функція видання превалюють над естетичною.

Досить вдало подається в газеті «Суббота плюс» фотоколаж, який зазвичай розміщують на першій шпальті; він супроводжує головну тему номера і є потужним засобом, який привертає увагу читача до видання в цілому. Фотожурналісти вміщують у кожному випуску «Субботы плюс» плакат гумористичного характеру, а також карикатури як елемент сатири. Ці складові фотоілюстративного масиву, виконуючи розважальну функцію, є «родзинкою» газети і виділяють її з-поміж інших регіональних видань.

Література


1. Современная энциклопедия, 2000. Режим доступа: http : //dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/50794.
2. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / За заг. ред. Ю. М. Бідзілі. – Ужгород : ВАТ «Видавництво “Закарпаття”», 2007. – 224 с.
3. Вязовой М. Классификация фотографии / М. Вязовой // Коммуникации в современном мире / Материалы Всероссийской научно-практической конференции, 13-15 мая 2002 г. / под ред. В. Тулупова. – Воронеж : ВГУ, 2002. – С. 14-16.
4. Черняков Б.И. Творческий процесс и типология жанровых форм изобразительной журналистики [методическая разработка по спецкурсу «Основы изобразительной журналистики»] / Борис Иванович Черняков; Киевский госуниверситет. Ф-т журналистики. – К. : Fotoinfo, 1990. – 40 с.
5. Гуревич С. Газета: вчера, сегодня, завтра / С. Гуревич. − М. : Аспект Пресс, 2004. − 344 с.



**Богданова Євгенія**

студентка 5 курсу факультету журналістики

Наук. кер.: к.філол.н., доц. Тернова А.І.


## СКЛАДОВІ КОМПОНЕНТИ РАНКОВОЇ ПРОГРАМИ

Формат ранкового телешоу справедливо можна назвати калейдоскопічним. У самій природі таких програм закладена необхідність не

тільки «шоутизувати», посилювати враження за допомогою використання спецефектів, але й ставити на потік будь-яку знахідку [12, с. 64].

Мозаїчність ранкових проектів перш за все спричинена розмаїттям аудиторії, яка збирається біля екранів. Структуру ранкового ефіру формують ті блоки інформації, які потрапляють у коло інтересів потенційної аудиторії. Чітко і однозначно сформулювати палітру глядацький зацікавлень неможливо.

О. Макарський, узагальнючи соціологічні дослідження, до змінних смаків сучасної телевізійної аудиторії відносить: зростання рейтингу новин; збільшення інтересу до теми здоров'я, продуктів, кулінарії, подорожей; посилення інтересу до проблеми збереження коштів; збільшення привабливості для аудиторії медіапередач, у яких панують гумор, сміх; зростання вагомості репутаційних чинників складових організації, їхніх соціальних акцій, різних дій в рамках політики корпоративної соціальної відповідальності [8, с. 19].

Цей перелік не є вичерпним. В аналогічній типології глядацьких симпатій, запропонованій дослідницею А. Качкаєвою, серед пріоритетів телеіндустрії виокремлені такі: попит на мелодраму і фантастику; рух масової аудиторії до уніфікованих розваг (моделюють колективне радісне переживання за тих, які долають і змогли); гра з реальністю [5, с. 48-49].

На основі смакових переваг аудиторії формуються традиційні елементи ранкових програм. До таких, на думку О. Зверева, можна віднести: інтерв'ю з celebrity (відомою, знаменитою людиною); дзвінок слухача; забавні, цікаві новини і коментарі до них; ігри та вікторини; анекдоти, жарти; анонси, що інтригують глядача; пародії; незвичайне звукове, відео- і графічне оформлення; зачитування СМС або листів слухачів і коментарі до них; «включення», репортажі з вулиці, з місць, де відбувається щось надзвичайне [6, с. 57]

Професор Анрі Вартанов, характеризуючи ранкове мовлення, а надто «інформаційно-розважальні канали» (так він називає ранкові ефіри – *Прим. авт.)*, говорить про типовість їхньої структури. Структура інформаційно-розважальних каналів у всіх однакова. На початку кожної години і в її середині ідуть випуски новин. На всіх каналах присутня погода і щоденний гороскоп. Гості студії, за твердженням науковця, є найбільшою цінністю ранкового ефіру, а у ситуації, коли в ефірі стало мало яскравих гостей, які б привертали увагу глядачів, центр ваги перехилився на авторів рубрик [1, с. 48].

Варто зазначити, що певною мірою стандартизований підхід до створення ранкових програм виробився історично. Перші у світі ранкові шоу («Today», «Three To Get Ready») вийшли в ефір в США у 1950-х рр. Відтоді телебачення виробило зразок класичної безпрограшної ранкової передачі. Традиційно вона повинна включати три основні характеристики: розважати; бути фоном для новин; одночасно виступати джерелом корисних порад і інформації.

Якщо проаналізувати ранки на українському телебаченні, то можна помітити, що саме такої моделі (з більш чи менш вираженими в залежності від аудиторії окремими характеристиками) дотримується більшість телеканалів. На нашу думку, доречним є акцентування дослідників саме на принципі поєднання ранкових шоу з інформаційними випусками новин, адже такий підхід, як

показує практика, вже став традиційним. При цьому варто відзначити особливості подачі ранкової новинарної інформації.

Дослідниця Н. Зверєва виділяє класичний, домашній і публіцистичний стилі новинних програм [5, с. 119]. Для ранкового мовлення найбільше пасує стиль «домашнього» ведення новин, так званий «побутовізм» [4, с. 99]. Домашній стиль передбачає наступне: спокійний темп мовлення ведучого; стиль студії і ведучого не офіційний, спонукає до спілкування; можливі коментарі ведучого до і після сюжетів, вони сприймаються природньо; хронометраж сюжетів варіюється, здебільшого є довільним [5, с. 119-122].

Ранкові новини є найбільш традиційною формою телевізійного інформаційного мовлення. «Теленовини, – зазначає В. Гоян, – це певна, обмежена в часі, структурна єдність, у якій форма поєднується зі змістом лише інформативним та тематичним зв'язком, результатом якого є візуальне і вербальне сприйняття окремих творів на телеекрані як елементів цілого» [2, с. 23].

Особливостями новинних програм є регулярна частота виходу протягом доби і оперативність подання інформації. На них ґрунтується розклад усього програмного продукту телеканалу. Ранковий ефір у цьому не виняток: випуски новин ідуть за чітким графіком, а вже міжновинний простір заповнюється іншим продуктом (серіали, мультфільми, вікторини, гості в студії тощо).

А. Стащенко, яка досліджує інформаційне насичення ранкових програм, зазначає, що ранкові інформаційні випуски вітчизняних каналів дотримуються єдиних правил, які притаманні і світовому телебаченню: динамічність, оперативність, лаконічність [11].

Для усіх видів інформації сформувався власне ранковий спосіб подачі у новинах: повідомлення (найчастіше) читаються усно ведучими у супроводі відеоматеріалу; калейдоскопи – короткі огляди міжнародного чи внутрішнього життя, які включають у себе 3-4 повідомлення, близьких за тематикою; формат «хрипушка» – інформація по телефону про подію, що має статися чи коментар; на відео подається фото людини або місце, звідки надходить повідомлення; прямі включення – повідомлення журналіста безпосередньо з місця події; анонси подій дня у вигляді відеокалейдоскопу чи інформації з вуст ведучого.

Ранкові інформаційні випуски багаті на лайфові повідомлення. У цей час їм приділяють набагато більше уваги, ніж звечора. Цікавинки подаються у кінці програми, маючи найрізноманітніший стиль викладу. Вечірні випуски менш офіціозні, містять більше розважальної інформації, у них намагаються обмежити або й уникнути «кривавих» повідомлень (якщо і подаються – то у супроводі найнейтральнішого, без шокуючих подробиць відео).

А. Стащенко серед тематичного наповнення ранкових інформаційних випусків виділяє такі особливості: кількісна перевага повідомлень міжнародної тематики; уникнення «кривавої» інформації (насилля, трагедії та ін.), намагання подати її у максимально нейтральній формі; наявність більшої (порівняно з вечором) кількості розважальних повідомлень; вільний стиль викладу, дозволяється власне стилістичне і лексичне забарвлення повідомлень [11].

Тож, ранкове шоу – це ефірний час, головним завданням якого є розвага та інформування глядача. Для нього характерна динамічна форма подачі фактів: несподіваний або загадковий лід, подробиці, що інтригують; напружений тон розповіді або, навпаки, розв'язно-фейлетонний стиль викладу серйозних проблем. Відбір фактів теж відбувається за принципом театральної драматизації і навіть надзвичайності [12, с. 65].

Таке ведення ефіру сприяє не тільки пробудженню, релаксації, але й адаптації, переборенню життєвих труднощів.

Філософія ранкового мовлення зводиться до усталених природних домінант телебачення – «загостреної конфліктності, очевидного протиборства різного, динаміки, парадоксальних раптовостей, неочікуваних зближень і зіткнень, азарту, епатажу, імпровізації» [10, с. 198].

Найширше такі потреби задовольняють ранкові шоу, які дозволяють собі формат прямого ефіру. Пам'ятаємо, що традиційно в телевізійному процесі розрізняють передачі, що йдуть у прямому ефірі (прямі передачі) та передачі, які йдуть у запису (записані передачі). Записане ранкове шоу автоматично позбавляється імпровізаційної складової, і що більш невтішно, – інтерактивності.

У резерві телевізійної ранкової драматургії – орієнтація на співтворчість аудиторії: від заявки ідеї майбутньої передачі або підказки сюжету «з життя» до включення глядача у безпосередню розмову на екрані – по телефону або за допомогою супутніх трансляцій (так звані «контактні передачі») [9, с. 31].

Інтерактивність дає додаткові можливості для структурування ефіру: розіграші, вікторини, інші ігрові елементи стають повноправними компонентами шоу. Це не тільки урізноманітнює ефір, але й збільшує аудиторію, адже «телебачення стає подією, коли людина, дивлячись на екран усвідомлює, що все відбувається саме зараз» [5, с. 218]. Можливості інтерактивності значно урізнобарвлюють ефірний час, інакше основний «міжсюжетний» простір заповнюється лише студійним текстом ведучого. Основу такого тексту складають підводки (введення) – стислий вступ до сюжету, що пояснює зміст та значення матеріалу, вказує на місце і обставини його створення. Підводки, відводки (висновки), зв'язки вирізняються лаконізмом. Завдяки їм всі матеріали вкладаються у цілісну програму, яка має свій початок, розвиток і кінець.

Пожвавити студійну складову ранкової програми дозволяє залучення декількох ведучих. Телевізійна комунікація в ранкових проектах з двома ведучими має свою специфіку. Додавання другого ведучого трансформує комунікаційну основу традиційного телевізійного проекту, створює додаткові смислові навантаження, значно збагачує драматургію.

Серед основних переваг ведення програми у дуеті вважаються такі: драматургічний потенціал (спілкуючись у кадрі, ведучі представляють різноманітні точки зору); ведучі одночасно можуть ставати учасниками і героями проекту; поєднання у пару вже відомих ведучих здатне значно змінити сприйняття програми глядачем, додати інтерес до неї, підняти рейтинг; цікавим

стає перенесення особистих стосунків у ділову сферу; поява «зіркових» проектів, які ведуть глядачів від журналістики до розваг [3, с. 32-33].

Можемо зробити висновок, що ранкове телевізійне мовлення володіє широким спектром способів залучення аудиторії. До структурних компонентів варто віднести випуски новин, прогноз погоди, інтерв'ю з гостем, тематичні рубрики, анонси. До цього списку можна долучити і факультативні компоненти (розіграші, студійні перфоманси або пародії, інтерактивні ігри тощо). При цьому варто пам'ятати, що основу аудіовізуального продукту складає не лише контент, але й оформлення цього контенту. А, отже, логічним і незайвим у нашій роботі буде звернути увагу на естетичну складову ранкового формату.

Література

1. Вартанов А. ТВ на рассвете : вполглаза, вполуха, вполноги / А. Вартанов // Журналист. – 2010. – № 9. – С. 48–49.
2. Гоян В. Типові та жанрові особливості інформаційної телепрограми : навчальний посібник / В. Гоян. – К : В-цтво КНУ ім. Т. Шевченка, 2001. – 65 с.
3. Добрынин С. Особенности телевизионной коммуникации в современных проектах с двумя ведущими / С. Добрынин // Вестник Московского университета. Серия 10 : журналистика. – 2007. – № 5. – С. 27–33.
4. Засурский Я. Телерадиоэфир : история и современность / Я. Засурский. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 240 с.
5. Зверева Н. Школа регионального тележурналиста : учебное пособие для вузов / Н. Зверева. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 320 с.
6. Зверев А. Шоу и линейный эфир. Может ли диджей оставаться творцом? / А. Зверев // Журналист. – 2010. – № 9. – С. 55–57.
7. Качкаева А. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации / А. Качакаева // Вестник Московского университета. Серия 10 : журналистика. – 2010. – № 6. – С. 42–51.
8. Макарський О. Якого контенту потребує сьогодні телеглядач? / О. Макарський // Журналіст України. – 2009. – № 6. – С. 18–20.
9. Муратов С. Парадоксы многосерийности / С. Муратов // Вестник Московского университета. Серия 10 : журналистика. – 2009. – № 4. – С. 26–35.
10. Прозоров В. Власть современной журналистики, или СМИ наяву / В. Прозоров. – Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2004. – 240 с.
11. Стащенко А. Інформаційне насичення ранкового телеефіру [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2188 – Назва з екрану.
12. Страшнов С. Инфотейнмент / С. Страшнов // Журналист. – 2010. – № 10. – С. 64–65.

**Бондаренко Катерина**
студентка 6 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.пед.н., доцент Костюк В.В.

## КЛЮЧОВІ УСПІХУ РАДІОВЕДУЧОГО

Журналістика – це уявлення суспільства та окремої особистості про себе. Журналістська діяльність виявляється не набором певних особистісних рис і

навичок, розбавлених прагненнями та бажаннями. Ця діяльність – цілісний, специфічний спосіб життя, що органічно складає й наповнює все єство. Системна цілісність особистості журналіста підпорядкована безкінечній творчій роботі, спрямованій через відображення дійсності на її зміну формуванням переконань сучасників.

Професія журналіста – це вічне спілкування, за допомогою якого радіоведучий збирає левову частку інформації. Тому будь-яка творча робота, у тому числі і в журналістиці, характеризується тим, що її результатом є якісно новий «продукт», специфічний для цього роду діяльності, в якій радіоведучий відігріє значну роль.

Актуальність теми полягає в тому, що сьогодні суспільство, як ніколи, потребує конкурентно-спроможних, творчих радіоведучих у сфері журналістики. Важливим етапом становлення спеціаліста є набуття досвіду, а згодом, і, складових журналістської майстерності. Набір конкретних професійних характеристик радіоведучого складає сутність мас-медійної діяльності і визначає успішність реалізації творчого потенціалу. Орієнтування в різноманітних темах, уміння написати про актуальні проблеми сучасності, не просто констатувати набір фактів, а інтерпретувати їх і надавати певної об’єктивної оцінки є провідними завдання журналіста-професіонала. В мас-медійній діяльності знання ключових успіху для ведучого є важливим елементом і потребує детального розгляду. Тим часом, досвід ведення передач, досвід роботи представників цієї творчої професії мало хто вивчав і тому не виводив складових успіху радіоведучого. Тому ми вважаємо, що ця тема є актуальною.

Мета роботи: крізь призму діяльності конкретних радіоведучих визначити основні вимоги та коло обов’язків журналістів, за допомогою яких формується успіх цієї професії.

І. Михайлин стверджує, що професія журналіста – це безкінечне самовдосконалення [3, с. 16]. Вчений зазначає, що журналістська праця – це не просто вміння вправно розповісти щось у ефірі, а своєрідний спосіб сприйняття світу, спосіб бачення реальності, спосіб мислення і світовідчуття, спосіб існування і усвідомлення себе у неспокійному житті. Тому ми не можемо погодитися із тим, що майстерність радіоведучого – це лише вміння гарно говорити. На думку А. Москаленка, радіоведучий повинен мати журналістський хист: «для журналіста важливо володіти цією здібністю. Так виявляється його талант, вміння зосередитися на головному в тому чи іншому питанні, знаходити основну ланку» [4, с. 213]. Журналіст повинен сказати вчасно, точно, стисло, дохідливо, переконливо, емоційно. Окрім цього, важливим є вміння бачити – риса, органічно притаманна будь-якому талановитому оратору. Це уміння охоплює широту поглядів на явища, органічний зв'язок між ними. В. Здоровега говорить, що майстер – це людина, яка своїм поглядом охоплює широкі перспективи [1, с. 28].

Журналістика, як зазначає І. Михайлин – це галузь універсальної духовної діяльності. Журналіст повинен мати свою тему, яку необхідно знати глибоко й досконало, але при цьому вміти говорити на різні теми. Тому в

основі праці радіоведучого – широка загальна ерудиція, знання фактів і явищ з різних галузей життя, зокрема, політики, історії, соціології, літератури, географії, медицини, біології. Як тут не погодитися зі В. Здоровегою, який стверджував: «…майстерність, професіоналізм не починаються і не закінчуються за робочим столом. Корені таланту – в глибині людського єства, у людській натурі, совісті» [1, с. 28]. В. Карпенко підкреслює, що майстерність ведучого – це властивість людини, що означає її умілість, вправність у певній справі; добротність, досконаліть, висока якість виконаної роботи. Триєдину сутність успіху складають професіоналізм, талант і праця [2, с. 72].

В. Здоровега переконаний, що у понятті «журналістська майстерність» нашаровуються різні ознаки професійних рис працівника ЗМІ від морально-громадянських (мужність, сміливість), психологічних (оперативність, відчуття актуальності), освіченість (знання, компетенція) до суто літературних (уміння цікаво, стисло, образно викладати думку) [1, с. 29]. Зрештою, високий професіоналізм ведучого охоплює ще й глибинніші людські якості, особливу внутрішню енергетику, яка дає змогу впливати на інших людей, підпорядковувати їх своїй духовній владі. Ця внутрішня духовна сила завжди була притаманна видатним політикам, ораторам. Потрібна вона і журналістам.

І. Михайлин стверджує, що цілком справедливим є таке гасло журналістики: немає нецікавих співрозмовників, є недосвідчені ведучі, які не вміють видобути з джерела соціально вагоме повідомлення або розпізнати в процесі перебігу звичайної бесіди суспільно необхідну інформацію. Журналіст повинен володіти точною фразою, швидко реагувати на повороти думки співрозмовника, знати досконало предмет бесіди, аби на рівних вести її з фахівцями [3, с. 18]. Ю. Шаповал наголошує, що радіожурналісту необхідно свідомо виділити, тобто, зробити сприйнятною інформацію, обов’язково використовуючи для цього всі фактори, загострюючи їх, роблячи привабливими з точки зору психології слухача. При цьому, зосередити увагу на актуальності, новизні і незвичайності подій та явищ дійсності, про які говорити в ефірі та враховувати інтелектуальні можливості аудиторії [6, с. 266].

Керуючись висновками З. Смелкової, можемо вивести постулат особистісно-професійних якостей радіоведучого [5, с. 28]:

- інформованість і компетентність – вільне володіння предметом мовлення;
- об’єктивність і оперативність в оцінці інформації та способів її повідомленя;
- «почуття часу» і вміння бачити перспективу подій, що розвиваються;
- небайдужість – зацікавленість та захопленість предметом мовлення та співбесідником;
- щирість, дружелюбність, уміння володіти своїми емоціями.

Як стверджує Ю.Шаповал, журналістська діяльність виявляється не набором певних особистісних рис і навичок, розбавлених прагненнями та бажаннями. Ця діяльність – цілісний, специфічний спосіб життя. Системна цілісність особистості ведучого підпорядкована безкінечній творчій діяльності, спрямованій через відображення дійсності на її зміну формуванням переконань сучасників[6, с. 266].

Отже, ведучий – це творча людина, яка надзвичайно обізнана і постійно збагачує свої знання; це професіонал, який досконало володіє голосом, манерою поведінки, роботою перед мікрофоном; це особистість, яку неможливо не слухати і яку б хотілося почути ще не раз; це відповідальний працівник, який дотримується усіх правил, встановлених у редакції чи компанії.

На основі всього сказаного вище ми проаналізували авторські радіопрограми Людмили Долженко (радіостанції «Запоріжжя») на предмет майстерності, адже це одна з найдосвідченіших ведучих радіостанції.

Програма «Відверто про головне» (9 серпня, 2010р.) демонструє таку якість радіоведучої Людмили Долженко як «почуття часу». В ефірі порушувалось питання організації навчально-виховного процесу, а саме обговорювались позитивні й негативні сторони повернення до одинадцятирічного терміну здобуття повної середньої освіти: *«Шостого липня Верховна Рада України ухвалила Проект Закону про внесення змін до законодавчих актів України з питань загальної середньої та дошкільної освіти», «Дехто вважає відмову від 12-ти річного терміну навчання «кроком назад», а хтось вбачає у цьому рішенні позитив»*. До студії був запрошений начальник управління освіти і науки облдержадміністрації Олександр Вєрозубов, який відповідав на запитання Людмили Іванівни та слухачів. Радіожурналістка виступила модератором цього процесу та проявила важливу рису – комунікативну компетентність. Подані у програмі аргументи «за» і «проти» говорять про об'єктивність Людмили Долженко: *«Далі мова йде про позитивні аргументи повернення до 11-річної школи: збереження кращих традицій 12-річної школи, профільність навчання, можливість здобуття професійної освіти в школі і негативні: суттєве збільшення тижневого навчання, навчання по суботах, куди дівати підручники, видрукувані для 12 річної школи».* Щирість, дружелюбність та небайдужість проявляються у прощанні та побажанні радіоведучої: *«бажаємо, аби новий навчальний рік приніс освітянам області більше позитивних новин. На все добре і до зустрічі!»*.

У програмі «Євроатлантичне партнерство» (15 липня, 2010р.) розкривається така риса ведучої як оперативність в оцінці інформації. Програма стосувалась взаємовідносин Україна-НАТО, і в ній були представлені коментарі директора Південно-українського центру розвитку громадянського суспільства Михайла Колібабчука, аташе з питань оборони в Україні та Молдові Посольства Республіки Латвія в Україні Зігмундса Балодіса, заступника головного редактора Української інформаційної служби Сергія Пархоменка, представника Генерального штабу ЗС України, полковника Андрія Гема та директора Центру інформації та документації НАТО в Україні Наталії Немилівської – така кількість коментарів може говорити про незаангажованість журналістки та її прагнення до висвітлення об'єктивних подій. Підтвердженням зацікавленості предметом мовлення є інформованість Людмили Іванівни, адже вона знає про те, що відбувається останнім часом та орієнтується у важливому питанні: *«Позаблоковий статус України, який визначений новим Законом України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики», жодним чином не*

*заважає розвитку конструктивних, партнерських та дружніх відносин з Північноатлантичним альянсом. Про це нещодавно заявив речник НАТО Джеймс Аппатурай».* На останок варто наголосити на актуальності програми, адже орієнтація у питанні Євроатлантичного партнерства – важлива складова освіченого та поінформованого громадянина нашого суспільства.

Отже, проаналізувавши дві програми, ведучою й автором яких є Людмила Долженко, ми наголошуємо, що конкретні характеристики майстерності журналіста виявляються в матеріалах по-різному. Та все ж такі незамінні якості радіоведучої як інформованість, компетентність, об'єктивність, оперативність, щирість, дружелюбність, уміння володіти своїми емоціями простежуються всюди. Важлива також професійна характеристика ведучої – небайдужість до висвітлення події, ситуації. Це є запорукою успішності майбутнього журналістського продукту і простежується в усіх програмах. Людмила Долженко є яскравим прикладом дотримання особистісно-професійних якостей радіоведучого.

Література

1. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Й. Здоровега. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів: Паіс, 2004. – 268 с.
2. Карпенко В. О. Основи редакторської майстерності. Теорія, методика, практика : підручник / В. О. Карпенко. – К. : Університет «Україна», 2007. – 431 с.
3. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник / І. Л. Михайлин. – 3-е вид., доп. і поліпш. – К. : ЦУЛ, 2002. – 284 с.
4. Москаленко А. З. Теорія журналістики : навчальний посібник / А. З. Москаленко. – К., 2002. – 336 с.
5. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты : учеб. пособие / З. С. Смелкова, Л. В. Ассуирова, М. Р. Савова, О. А. Сальникова. – 6-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2009. – 320 с.
6. Шаповал Ю. Г. Мистецтво журналізму : монографія / Ю. Г. Шаповал. – Львів, 2007. – 320 с.

**Борисенко Анастасія**
студентка 3 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: ст. викладач Микитів Г.В.

## ХУДОЖНЬО-ТЕХНІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ ЖУРНАЛУ "ПІЗНАЙКО ВІД 6"

Сучасна українська дитяча періодика – одна із галузей дитячої літератури. На даний момент в Україні зареєстровано понад 300 періодичних видань, адресованих дітям. У наш час дитяча періодика здатна замінити дитячі енциклопедії, збірники завдань, розмальовки, адже багато періодичних видань особливу увагу звертають саме на розвиток інтелекту дитини, її творчих здібностей. Вплив дитячих видань на сучасне суспільство є ще досить новою та недостатньо дослідженою темою.

Текст у виданнях для дітей повинен бути не просто надрукованим, а втіленим засобами мистецтва. Без сумніву, сам факт набору, графічної матеріалізації тексту можна було б розглядати як його просторове зображення. Від оформлення видання залежить розуміння читачем тексту. Тому завдання художника-оформлювача дитячого видання – подати маленькому читачеві текст автора у формі, що дасть змогу легко та швидко орієнтуватися у виданні та найповніше осмислювати матеріал. У виданні зливаються та служать одній меті і текст, і графіка, і шрифт, і конструкція. Вони складають єдиний і цілісний художній твір.

Передавання графічними засобами інтонації, акцентів, пауз, прискорень та уповільнень, високих і низьких реєстрів – усього, що є в мовленні, повністю відобразити у виданні неможливо. Але цей недолік компенсується тим, що усна мова матеріалізується та набирає більш удосконалену, повну та універсальну для передавання думок форму. На паузи, підкреслення, інтонаційні виділення усної мови вказують розділові знаки та пробіли друкованого тексту. Усі ці нюанси усної мови можуть отримати зорове вираження в зовнішньому вигляді друкованої продукції. Деякі з них зовсім не отримують художнього оформлення, якісь виявляються головними, інші – другорядними. Несподіване акцентування тексту художніми засобами допомагає привернути увагу до таких сторінок тексту, що раніше залишалися поза увагою читача.

Зображальний матеріал дитячої періодики поділяється на **обов'язковий** і **необов'язковий**, **документальний**, **тематичний** та **абстрактний**. **Обов'язковий** зображальний матеріал – той, що несе основний смисл, отже, має власну структуру, послідовність, підпорядкованість або чітко прив'язаний до тексту, доповнює і коментує його. Він є необхідним через те, що без таких зображень текст стає незрозумілим, а це неприпустимо для дитячих видань. **Необов'язковий** зображальний матеріал не має прив'язки до певних сторінок видання або текстових фрагментів, отже, може розташовуватися довільно: на будь-якій сторінці, на вкладках і вклейках, як додатки у кінці видання, на окремих розворотах тощо.

Під час оцінювання змісту ілюстративного матеріалу враховується психологічне сприйняття їх різними категоріями читачів. Тому деякі подані автором зображення можуть бути відхилені, якщо вони важкі для сприйняття чи односторонньо характеризують зміст, чи містять зайві подробиці, що відволікають від теми.

Згідно з документом "Державні санітарні правила і норми. Гігієнічні вимоги до друкованої продукції для дітей", видання для маленьких читачів (залежно від їхньої вікової категорії) поділяються на чотири групи:

• перша група – видання для дітей дошкільного віку (до 6 років);

• друга група – видання для дітей молодшого шкільного віку (6-10 років включно), учнів початкових класів;

• третя група – видання для дітей середнього шкільного віку (11-14 років), учнів V-VIII класів;

• четверта група – видання для дітей старшого шкільного віку, підлітків (15-18 років), учнів IX-XII класів [2].

Сьогодні в українській дитячій ілюстрації можна спостерігати переважно класичні графічні техніки виконання в поєднанні з комп'ютерною графікою, часом трапляються ілюстрації, виконані аквареллю, темперами, іншими художніми матеріалами. Ну а використання якихось оригінальних, можливо, навіть нетрадиційних, свіженьких технік і художніх прийомів – наразі явище рідкісне.

Дитячий ігровий журнал "Пізнайко від 6" видається з 2004 року. Це видання для молодших школярів, який може бути використаний як самими дітьми, так і батьками для сімейного читання, а також педагогами для підготовки занять і позакласних заходів.

Формат журналу А4 дозволяє помістити в ньому вдосталь цікавого текстового та ілюстративного матеріалу, 3-4 рази на рік він виходить у форматі великої настільної гри. Ігрові елементи – один із методів посилення впливу на читача. Усі знання, які хоче донести видання до дітей, засвоюються в процесі гри за допомогою різноманітних засобів.

Оскільки ілюстративний матеріал готують здебільшого художники-дизайнери, то кожен номер видання має своє "обличчя", що свідчить про високий професійний рівень його оформлення. Часто використовуються натуралістичні малюнки й фотографії, що формує в дитини реальне уявлення про навколишній світ.

Перша сторінка журналу – найяскравіша. Вона виконується в певному кольорі. Зазвичай на неї виноситься якесь зображення, переважно намальоване. Це може бути тварина, вигадана істота. З основних елементів, що містяться на обкладинці, можемо виділити: назву видання, номер випуску, його тематичну класифікацію, вік читацької аудиторії, анонси. У назві журналу "Пізнайко від 6" використаний акцидентний шрифт, який привертає увагу читача. Вдале розташування анонсів сприяє уявленню про змістове наповнення видання.

Заголовковий комплекс журналу оформлений в одній кольоровій гамі з фоном першої сторінки. Якщо обкладинка блакитного кольору – назва і статус журналу – білого, якщо обкладинка червоного кольору – назва фіолетового або рожевого.

Видання насичене кольорами: кожен номер має свій колір, а назви публікацій, що входять до головної теми номера, оформлюються на підкладці такого кольору, який є домінуючим. Використання кольору як основного засобу виділення в журналі покликане зацікавити дитину матеріалом, привертати її увагу, налаштовувати на сприйняття і запам’ятовування. Дотримання єдиного стилю оформлення кольоровими плашками, підкладками, зображальним матеріалом формує враження гармонії і цілісності.

Колонцифри в журналі розміщуються в нижній частині сторінки в кольорових квадратах або просто виділені різними кольорами. Колонтитули відсутні. У дитячих журналах вибір зображення залежить від тематичного наповнення матеріалів (більшість яких спрямована на розвиток національної самосвідомості й поваги). Тло самих сторінок завжди кольорове. Якщо подано багато текстової інформації (казки, історичні матеріали), то вона друкується на світлих підкладках насиченим синім, чорним або фіолетовим кольором

шрифту. При оформленні розвиваючих та ігрових завдань основним видільним засобом виступають зображальні образи – герої, учасники гри.

Дитячий ігровий журнал "Пізнайко від 6" для текстів використовує мінімальний кегль шрифту рубаної гарнітури – 12 пунктів світлого широкого прямого накреслення, що відповідає вимогам оформлення видань для дітей молодшого шкільного і середнього віку.

Заголовки в журналі раніше були набрані однаковим накресленням і насиченістю, кеглем 18 пунктів, різними кольорами, але за останній рік композиція видання змінилася, а заголовки почали оформлювати по-різному на кожній сторінці. Авторський підпис і текстівки мають курсивне накреслення.

Журнал "Пізнайко від 6" копіює західні тенденції – як на рівні внутрішнього наповнення, так і на рівні методів подання матеріалу, ілюстрацій (персонажі схожі на західних кумирів – наприклад, головний персонаж журналу – борсучок Пізнайко – одягнений як супергерой відомого американського мультфільму "Людина-павук"). Щоправда, журнал вражає своєю креативністю. У кожному номері редактори намагаються подавати новий різновид кросворда, гри. Ці ігри не є абстрактними, відірваними від ідеї номера (як це часто спостерігаємо в інших виданнях), вони завжди відповідають запропонованій темі. До того ж тему редактори намагаються пов’язати із суспільними, державними подіями і таким чином осучаснити видання. Наприклад, перед виборами до парламенту редакція випустила тематичний номер журналу: "Про державу", у якому в малюнках та іграх розповідають про те, що таке вибори, які функції виконують Президент країни, міністри, депутати, як функціонує система влади, які є гілки влади, і навіть запропонували настільну гру "Вибори". Зрозуміло, що такі ігри чи кросворди редакція створює самостійно. Вони не запозичені з книжок, а є окремим, новим продуктом творчості редакції. Очевидно, у цьому і полягає таємниця популярності журналу серед не лише дітей, а й педагогів. Варто також зазначити, що видання постійно намагається вдосконалювати свою внутрішню структуру. Так, останнім часом помітне прагнення журналу до введення нових рубрик, які б цікавили найбільшу кількість дітей, а це – і кулінарна рубрика, і рубрика листування, спортивна, сторінка саморобки, техніки, рубрика "Будь здоров" ("Пізнайко" за 2007, 2008 рр.), ("Познайка" за 2008 р.).

Отже, основним елементом художньо-технічного оформлення в журналі виступає колір, який використовується в оформленні шрифту, підкладок для матеріалів і колонцифр. Кольорова палітра завжди яскрава, темні відтінки використовуються дуже рідко. Це цілком відповідає вподобанням дитячої аудиторії, яка у своїй більшості обирає яскраві насичені кольори.

Література

1. Абросимова И. О некоторых особенностях современной советской детской журналистики / И. Абросимова // Проблемы теории печати. – М. : Изд-во Московского университета, 1973. – С. 214-230.
2. ДСанПін “Гігієнічні вимоги до друкованої продукції для дітей” : (за станом на 18 січня 2007 року, № 13) Міністерство охорони здоров’я України.

3. Кіт Н. Український журнал для дошкільника: психологічні підстави та основні принципи розробки концепції видання / Н. Кіт // Стиль і текст / За ред. В.Різуна. – К., 2002. – Вип. 3. – С. 218-227.
4. Огар Е. Дитяча книга: Проблеми видавничої підготовки / Е. Огар. – Л. : Аз-Арт, 2002. – 160 с.
5. Різун В. Вплив гарнітури шрифту на сприймання тексту / В. Різун, Н. Любарщук // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2000. – Т. 1. – С. 129-130.
6. Чувашев Ю. Ритмическая организация журнальных изданий Художественно-техническое оформление периодических зданий / Ю. Чувашев. – М. : Изд-во Москов. ун-та, 1980. – С. 44-50.

**Бурейко Анна**
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Чернявська Л.В.

## ЕМОТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНТЕНТУ В НОВИННИХ ВИПУСКАХ ЗАГАЛЬНОНАЦІОНАЛЬНИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ

Масові інформаційні потоки повноцінно циркулюють у глобалізованому світі. Тому споживачі так чи інакше підпадають під їхню дію. Існує проблема схильності сучасної людини до маніпулювання через телебачення. Відмовитися від перегляду телепрограм для більшості індивідів неможливо, тому що специфіка телесигналу та подачі матеріалу побудована таким чином, щоб спочатку спровокувати в індивіда симптоми психопатології, а пізніше – знімати їх через телетрансляції, тим самим забезпечуючи стійку залежність [1; с.198]. При проведенні телетрансляції виникає вплив на психіку через задіяння різних форм передачі інформації; одночасна участь органів зору та слуху ще більше задіюють шари підсвідомості, за рахунок чого досягається максимальний маніпулятивний ефект. Через 20 – 25 хвилин перегляду телевізійної програми мозок починає поглинати будь-яку інформацію, що надходить через телетрансляції [1; с. 198].

Емоції є невід'ємною частиною сприйняття ЗМІ. Почуття, які виникають у нас під час перегляду чогось – основна частина нашого психологічного досвіду. Якщо емоційний аспект відсутній, ми втрачаємо важливу складову цього досвіду. Навряд чи нам принесе велике задоволення матч між двома футбольними командами, якщо нам байдуже, хто переможе. Р. Харріс говорить, що емоції вміщують два компоненти: фізіологічний та когнітивний. Коли ми збуджені, в нашому організмі відбуваються певні зміни, наприклад, прискорюється серцебиття, виступає піт та змінюються електричні показники шкіряних покривів. Крім того, ми роздумуємо про свої почуття, знаходимо їм причини та інтерпретуємо їх.

Під впливом телебачення змінюються емоції людини. Пропонуємо розтлумачити це поняття, щоб визначити емотивні характеристики контенту. Слід зазначити, що суміжні науки дають різні визначення емоцій. На нашу думку, найбільш прийнятним в теорії соціальних комунікацій є тлумачення

поняття, яке пропонує І. Мащенко – автор «Енциклопедії електронних мас-медіа», та домінантним у нашій роботі, оскільки воно вивчається з точки зору журналістикознавства, безпосередньо стосується news making. Емоції (франц. emotion, від лат. emoveo - хвилюю, збуджую) – душевні переживання, почуття гніву, печалі, радощів [3; с. 132].

А. Сердюк вказує на те, що в психології існує поняття емоційності, тобто властивості людини, що характеризує зміст, якість та динаміку її емоцій та почуттів, а в лінгвістиці воно означає чуттєвість людини до емоційних ситуацій та її емоційні (чуттєві) реакції на них або яскраво виражений акцент на почуттях та на їх вільному виявленні, багатство мовних засобів для вираження емоцій та емоційних відтінків; і продовжує думку про те, що необхідно відрізняти емоційність та емотивність. Спираючись на праці В. Маслової, яка розуміла емоційність як психологічну характеристику особистості, стан та рівень розвитку її емоційної сфери, а емотивність як лінгвістичну характеристику слова, речення, яка є здатною здійснити емоціогенний ефект, викликати у мовної особистості відповідні емоції; праці В. Шаховського, який відносить категорію емотивності до лінгвістичного рівня й визначає її як «іманентно притаманну мові семантичну властивість виражати системою своїх засобів емоційність як факт психіки, відображені у семантиці мовних одиниць соціальні та індивідуальні емоції; має два плани: план змісту та план вираження, через які маніфестуються емоційні відношення – стани мовців; українська дослідниця підсумовує, що емотивність являє собою поєднання вираження суб'єктом емоцій аксіологічно забарвленими вербальними засобами [4; с.130].

Значний об'єм інформації з телевізійних новин поглинається глядачами завдяки висвітленню негативних подій. Українські телеканали, запозичуючи досвід західних колег, показують катастрофи, заворушення та смерть. Журналістські стандарти, які існували 5 – 10 років тому деформувалися. І все те, що було неетично й табуйовано, в сучасних медіа цілком дозволено та заохочується власниками та редакторами ЗМІ, тому що резонансні події підвищують рейтинги, а звідси зростання реклами на каналі й збільшення фінансового капіталу. Про виховання культури особистості в новинах не йдеться також в редакційних статутах. Таку тенденцію в мас-медіа С. Кара-Мурза пояснює тим, що телебачення західного суспільства формує «культуру насилля», робить злочинне насилля прийнятним і навіть виправданим типом життя для значної частини населення. Телебачення різко перебільшує роль насилля в житті, присвячуючи йому більше часу; телебачення представляє насилля як ефективний засіб вирішення життєвих проблем; телебачення створює міфічний образ ґвалтівника як позитивного героя. Телебачення стає «генератором» насилля, що виходить з екрану в життя. У будь-якому разі, для частини населення це надійно підтверджено, - продовжує дослідник [2].

Існує й інша точка зору, яку описує С. Єніколопов. Вона полягає в тому, що насилля є частиною нашого життя та нашої культури. Звідси слідує, що візуальна демонстрація насилля лише готує дитину до життя в соціумі, вводить її в світ дорослих. Крім того, демонстрація насилля може надати катарсичний

вплив на глядача. В умовах Росії, що має спільні риси з Україною, проблема аудіовізуального насилля має свою специфіку, що визначається іншим, що багато в чому відрізняться від Заходу, соціокультурним контекстом (низький рівень життя основної маси населення, слабкий контроль за прокатом, продажем медіа-продукції, процвітаюче аудіовізуальне піратство, недотримання системи вікових рейтингів по відношенню до медіа) [5; с. 142].
Але, незважаючи на подібність ситуації, український менталітет дещо інший у порівнянні з російським. Нашому етносу притаманні дружелюбність, щирість, співчуття, які не можна швидко та назавжди викорінити засобом масової інформації, тому що риси характеру зберігаються в генетичній пам'яті народу. Для їхньої зміни необхідно витратити чимало часу та зусиль.

Проте не варто забувати про основні функції та завдання журналістики. Головний напрям у використанні медіа-системи в культурі – розвиток суспільної свідомості в інтересах всього суспільства. Найважливіша умова розвитку людської культури, її специфічна форма - обмін інформацією між людьми за допомогою знаків і символів. Значимі цінності культури відіграють роль певних інформаційних сигналів, які поширюються в суспільстві у знаковій, символічній та образній формах. У процесі спілкування культурні цінності сприяють передачі соціального, життєвого та індивідуального досвіду всередині та між поколіннями.

Отже, емотивність контенту аудіовізуальної продукції визначається тим, які емоції виникають в аудиторії під час перегляду новинних сюжетів, що завдяки вербальним засобам та їх вдалому застосуванню роблять наголос на абстрактно-образному мисленні людини, за яке відповідає права півкуля мозку. Малюючи в уяві образи та картини подій ми не тільки краще сприймаємо інформацію, але й краще її запам'ятовуємо. Першочергове апелювання до емоційної складової, а не до логіки – безпрограшний варіант у співвіднесенні журналіст – глядач, тому що останній одразу відреагує на повідомлення з екрану. Ця реакція можу бути активною (надмірна жестикуляція, різні мовленнєві конструкції, зміна виразу обличчя, пози та ін.), а може бути й пасивною (внутрішня згода або цілковите непогодження з отриманою інформацією).

Щоденні випуски новин – це імідж каналу. Він залежить від професійності команди, яка займається над його виробництвом. Можна зробити припущення, що любов глядачів та високі рейтинги є каталізаторами майстерності, згуртованості трудового колективу. Наскільки вдалими будуть новинні програми, настільки високою буде популярність телеканалу загалом. Жоден науковець не зможе виміряти необхідний для споживачів рівень емотивності новин. Проте в кожного працівника ЗМІ є така якість як самокритичність, наявність моральних орієнтирів, які визначатимуть межу допустимої інформації.

Література

1. Зелинский С. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание / С. А. Зелинский. – Санкт-Петербург : «Скифия», 2008. – 416 с.

2. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием / Сергей Кара-Мурза [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul_content.htm
3. Мащенко І. Енциклопедія електронних мас-медіа. У 2 т. Том другий: Термінологічний словник основних понять і виразів: телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо / Іван Мащенко. – Запоріжжя : Дике Поле, 2006. – 512 с.
4. Сердюк А. Емотивна прагматика газетного дискурсу у французьких засобах масової комунікації / Алла Сердюк / Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2010. – Т. 38. – Січень–березень. С. 129–133.
5. Федоров А. Насилие на экране и российская молодежь / А. Федоров // Вестник Российского гуманитарного научного фонда. 2001. № 1. С. 131–145.

**Веремієнко Вікторія**
студентка 5 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: доц. Іванюха Т.В.

## ОСОБЛИВОСТІ ЕЛЕКТРОННОЇ ВЕРСІЇ ГАЗЕТИ “МИГ”

Сьогодні більшість газет має свій сайт як доповнення до основної діяльності. Аудиторії друкованих та онлайнових версій газет часто перетинаються. Дві третини читачів електронної версії підписані і на паперову. Але в деяких регіонах, де ще немає пунктів друку певного видання, читають газету на сайті. “Електронною версією видання слід вважати такий аналог друкованого видання, який має рівний з оригіналом правовий статус і який створювався практично одночасно із самостійним друкованим або електронним виданням (на окремому носії) у відповідному форматі з метою надання у мережевому доступі або на окремому носії” [2].

Кожна електронна версія видання має певні свої особливості. За тематикою розрізняють універсальні і спеціалізовані видання, за функціональними завданнями – інформаційно-оперативні, аналітичні і розважальні ЗМІ, за географією – загальнодержавні й регіональні. І. Давидов за наявністю аналога поділяє видання на: власне онлайнові ЗМІ та на електронні версії традиційних ЗМІ; за типом контенту – новинарні, коментарійні, змішані, а також авторські, редакційні та змішані [1]. Ознаками електронної версії видання є наявність трьох складових: мультимедійність, гіпертекстуальність, інтерактивність. Також сайт повинен мати характерний лише для нього зовнішній вигляд, контент та організацію роботи.

Газета “МИГ” – провідний запорізький інформаційно-публіцистичний тижневик, який виходить по четвергах 2 мовами, форматом А3 та має 52 сторінки. Тираж близько 41 тисячі екземплярів. Головний редактор – Галина Стіцина.

Електронна версія газети має постійні рубрики: “События”, “Власть под микроскопом”, “Расследование”, “Гость”, “Экономика, финансы”, “Ситуация”, “Люди”, “Экоаспект”, “И уму, и сердцу”, “Криминал”, “Запредельное”, “Будь

здоров!”, “Антилопа гну”, “Спорт”, “Отдых”, “Есть вопрос”. Більшість цих рубрик співпадають із назвами у газеті, хоча у друкованій версії їх більше і вони часто змінюються. Наприклад, матеріал “Александр Головко: “Цель реформы ЖКХ проста – дать потребителю право выбора и контроля””, який розміщений на сайті під рубрикою “Гость”, у газеті надрукований у рубриці “Перспектива”. Тому електронне видання цієї газети не є абсолютною копією друкованого, а є видозміненим. Дуже часто матеріали, які надруковані в газеті, не знайдеш у електронній версії. Так, наприклад, у № 1 від 5 січня 2012 р. на сайті газети лише у рубриці “События” відсутні 10 маленьких заміток.

За тематикою електронне видання відноситься до універсального, бо висвітлює події регіону (“Пункты обогрева и горячего питания в Запорожье”), країни (“Одессе – 217 лет”, “Куда крестьянину податься?”), світу (матеріали “Греция: выручают теплая погода, туристы, трюфеля и осетры”, “Ирландия: в стране выросло уже три поколения профессиональных безработных”), торкається теми політики (“Тимошенко выпустят, Тигипко встретит новую любовь?”), медицини (матеріали “Жутко интересная медицина”, “Как питаться, чтобы снизить уровень холестерина?”), економіки (“Самые оригинальные госрасходы-2011”, “За что мы платим?”), культури (“Баллок и Клуни сыграют в космической трагедии”, “Чьих будешь?”), спорту (“Богуслаеву «Юность» уже не интересна”, “Александра Рыбку дисквалифицировали на два года” ). Дуже часто матеріали стосуються соціальної тематики (“Почему на почте не уважают стариков?”), виховання (“Деловой обед: правила этикета”), навчання та дозвілля (матеріали “О презентах и подарках”, “Самые забавные животные”).

За функціональним завданням електронна версія газети “МИГ” належить до інформаційно-оперативних ЗМІ, бо висвітлює актуальні події, які турбують чималу кількість людей. Якщо спиратися на класифікацію І. Давидова, то сайт газети “МИГ” за типом контенту є новинарним та авторським виданням, бо більшість матеріалів пишуть журналісти, лише деякі з них взяті з інших сайтів [1].

Розглядаючи особливості будь-якого видання, слід звернутися до його аудиторних особливостей. Газета “МИГ” є молодіжною, тому і аудиторію складають люди від 18 до 35 років. Але зважаючи на розвиток інтернету та його значення у житті людини, аудиторія середнього та похилого віку також займає проценту частину користувачів електронної версії цієї газети, хоча і невелику.

Аналізуючи сайт друкованого видання, слід звернути увагу на його гіпертекстуальність. На жаль, ця характерна особливість у більшості онлайнових видань не дуже розвинена, як і в електронній версії “МИГ”. Зовнішніх лінків, за допомогою яких можна перейти на інший сайт та ознайомитися з матеріалами інших веб-джерел, небагато. Гіпертекстуальні зв’язки використані лише у заголовках, що веде до інформації в межах лише цього сайту. Майже відсутні гіперпосилання всередині текстів. Вони використовують їх лише коли беруть інформацію з іншого сайту. Так наприклад, матеріал за 12 лютого “Не стало Уитни Хьюстон...” має 2 посилання у середині тексту на газету Associated Press та The Hollywood Reporter. Або у номері 5 від 12 лютого 2012 р. у матеріалі “Кто дышит самым грязным

воздухом в Европе" є посилання на газету Guardian. Гіперпосилання не виділяються іншим кольором, вони просто підкреслені та виділені жирним шрифтом. Цікаво, що дуже багато посилань мають матеріали, які не надруковані в газеті, а лише розміщені на сайті. У матеріалі "В Украине 63% труб тепло- и водосетей изношены" бачимо посилання на "Українські новини", а у матеріалі "Названа окончательная версия потери «Фобос-грунта»" – на "РИА Новости". Усі матеріали, що мають посилання, розміщені в розділі "Украина и мир" та "Проверка слухов".

Іншим важливим аспектом функціонування видання є інтерактивність. Вже при підготовці матеріалу журналісти повинні враховувати, що читачі будуть залишати коментарі, тому і матеріали повинні бути цікавими та актуальними. На сайті газети "МИГ" є коментарі до багатьох матеріалів. Найчастіше коментують розслідування (наприклад, матеріал від 2 лютого 2012 р. "Сельский бунт? В Орлянском объявили войну главе сельсовета" має 47 коментарів) та матеріали рубрики "Власть под микроскопом". Багато матеріалів коментують одні і ті ж люди, тож із впевненістю можна сказати, що газета має постійних читачів. Також електронна версія газети має ще одну форму інтерактивного спілкування – опитування, але зазвичай вони слугують єдиній меті – зацікавити читача. Теми опитувань у газеті різні: "Как Вы спасаетесь от мороза на улице", "20 февраля – Всемирный день социальной справедливости. Что нужно для достижения полной социальной справедливости?", "По традиции, в первую субботу февраля в школах – вечера встречи выпускников. Зачем вы ходите на дни встречи выпускников? ", "Что нужно сделать на Рождество?", "Что, по вашему мнению, ждет Украину в 2012 году? " та багато інших. Цікаво те, що кількість людей, які беруть участь в опитуваннях, дуже різна. Найбільше, майже 1000 чоловік, зацікавило питання "Кому вы доверяете в Украине?", а найменше, 109 осіб, зацікавило питання "Как вы будете защищать дачу от воров?". Але на жаль, у газеті відсутня така форма інтерактивності, як форум та чат, хоча саме це є найулюбленішими віртуальними майданчиками для спілкування відвідувачів сайту.

Неяскраво виражена і наступна риса, притаманна багатьом інтернет-виданням, – мультимедійність. На сайті найчастіше застосовується текст, фото, картинки. Відео присутнє лише одне – знятий сюжет до 70-річчя газети. Аудіо взагалі відсутнє. Цікавим є те, що присутній ефект гортання сторінок, завдяки якому можна подивитися усі номери.

Якщо говорити про модель електронної версії газети "МИГ", то, в першу чергу, слід звернути увагу на зовнішній вигляд сайту. Для основних матеріалів було обрано біле тло, що є дуже практичним та зручним для читачів. Цей колір не заважає, не відволікає, не втомлює зір. У фоновому кольорі також присутній і сірий, що навіює спокій та сприяє діловому настрою, символізує обережність, поміркованість. Інший колір, який є основним на сайті, – червоний. Червоний колір дуже популярний серед онлайнових видань усього світу, оскільки він символізує актуальність, вказує на те, що новини, подані на сайті, "гарячі". Поєднання червоного, білого та чорного, яким надруковано матеріали на сайті, налаштовує на інтелектуальну активність.

Стиль сайту простий, традиційний, переважають спокійні кольори. Це вказує на те, що автори розраховують на аудиторію старшого покоління, яка звикла читати періодичні видання. Проте червоний колір доповнює цю спокійність та приваблює молодіжну аудиторію. Дизайн не переобтяжений картинками, фото, що не уповільнює завантаження сторінки та сприйняття інформації.

Проте велику, чи не головну роль, відіграють тексти, а не дизайн сайту. Матеріали, написані журналістами, мають значущий соціальний характер та розраховані на широку аудиторію. Чітко простежується дотримання жанрових вимог. Найчастіше зустрічається замітка, стаття, фоторепортаж та розслідування. Матеріали повністю збігаються з друкованою версією, без доповнень та змін.

Якщо говорити про організацію роботи, то інформація на сайті оновлюється не рідше, ніж у періодичному виданні. Якщо відбувається щось дуже значне, то інформація на сайті з'являється до того, як вийде номер газети. Прикладом такої ситуації може бути інформація про смерть співачки Уітні Х'юстон, яка з'явилася на сайті набагато раніше, ніж вийшов друкований номер газети "МИГ".

Помітні партнерські зв'язки з іншими мас-медіа. Так у розділі "Партнери" йде посилання на міський портал Запоріжжя "ZaБор" (http://zabor.zp.ua) та портал misto.zp.ua. Робота електронного видання забезпечується колективом, подібним до редакції традиційного ЗМІ, про що свідчать подані на сайті імена, прізвища співробітників, журналістів, телефон редакції, електронна та фізична адреса.

На головній сторінці сайту розміщено весь зміст свіжого номера друкованої версії газети. Натиснувши на назву матеріалу, можна з легкістю прочитати його повністю. Як бачимо, рубрики, розділи дуже зручно розташовані на першій сторінці, що підвищує кількість переглядів на сайті, бо простота та легкість завжди приваблюватиме аудиторію. Ще слід згадати про те, що можна з легкістю знайти необхідний матеріал, скориставшись пошуком. Сайт не перенасичений рекламними оголошеннями, розміщено лише 2 реклами на головній сторінці.

В архіві електронної версії газети "МИГ" вміщено 115 номерів, починаючи з листопада 2009 року і закінчуючи лютим 2012 року. До архіву бажано вносити якомога більше номерів, що забезпечить можливість пошуку статей та інформації за заданим користувачем умов. Інтернет-версія видання з'являється раніше, ніж друкована версія. Так наприклад, на сайті 8 лютого з'явився вже весь номер газети, яка вийшла лише наступного дня.

Отже, електронна версія газети "МИГ" насичена інформаційно, причому це переважно матеріали штатних працівників редакцій. Сайт постійно оновлюється – швидше, ніж нові матеріали з'являються в друкованому виданні. Не можна сказати, що сайт ігнорує інтерактивні форми роботи, але використовує цю функцію не вповні. Організаторам сайту необхідно приділити увагу мультимедійності, бо відео- та аудіоматеріали відсутні взагалі. Щодо зовнішнього вигляду, то можна сказати, що сайт має приємну кольорову гаму,

яка не напружує зір та не відволікає, але не використовує новинки та модні елементи.

Література

1. Давыдов И.М. Масс-медиа российского интернета. Основные тенденции развития и анализ текущей ситуации [Электронный ресурс] / И. М. Давыдов. – Режим доступа: http://www.nethistory.ru/biblio/1043174188. html.
2. Потятиник Б.В. Інтернет-журналістика: навчальний посіб. / Борис Володимирович Потятиник. – Львів: ПАІС, 2010. – 246 с.

**Ворожко Анастасія**
студентка 6 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., ст. викладач Іванець Т.О.

## ТИПОЛОГІЧНІ ОЗНАКИ ЖІНОЧОГО ВИДАННЯ «MARIE CLAIRE»

Журнальна періодика для жінок є одним із сегментів вітчизняного ринку засобів масової інформації, який стрімко розвивається. На сьогоднішній день кількість видань, які розраховані на жінок відрізняється різноманітністю та великою кількістю і є популярними серед жіночого населення. Дослідженням типологічних аспектів функціонування жіночої періодики займалися В. Боннер-Смєюха [1], А. Жукова [2], Л. Мімі [4], О. Пльонкіна [5-6], Р. Ямпольська [7-8].

Однією з перших висвітлення типологічних аспектів періодичних видань для жінок запропонувала дослідниця Р. Ямпольська, виділяючи в класифікації шість типологічних ознак:

1) тип видання (газета, журнал, дайджест, бюлетень);
2) характер викладу;
3) аудиторія;
4) обсяг;
5) формат;
6) цільове призначення [8].

За характером викладу та типом аудиторії жіночі видання бувають елітарні, масово-популярні та літературно-художні. За обсягом Р. Ямпольська поділяє видання на «товсті» та «тонкі». За форматом – великі та зменшені. За цільовим призначенням видання для жінок дослідниця поділяє на видання соціального напрямку, позаполітичні, пізнавально-інформаційні видання комерційного характеру, проблемно-інформаційні видання, видання гуманітарного напрямку, видання, які висвітлюють родинні проблеми, журнали мод [8].

На думку О. Пльонкіної така класифікація стосується жіночої преси в цілому, однак не виокремлює журнали для жінок із сектору жіночої періодики [6]. Це пов’язано з тим, що класифікація О.Ямпольської була запропонована в 90-ті роки, коли виокремити журнали для жінок як окрему ланку друкованих ЗМІ було дуже важко.

Дослідниця А. Жукова також запропонувала модель типологічних ознак жіночих видань. Варто зауважити, що класифікація дослідниці розрахована саме на журнальний сектор періодики для жінок:

1) характер аудиторії (видання для працюючих жінок, для матерів, для сучасних жінок, молодят, дівчат, всієї родини);

2) предмет відображення чи сфера відображення дійсності (журнали присвячені здоров'ю та красі, моді, рукоділлю, родині, домоводству, кулінарії, для всієї родини);

3) родова приналежність (літературно-художні видання для жінок, для родинного читання);

4) цільове призначення (феміністські);

5) характер викладу (популярні та розважальні видання) [2].

На відміну від класифікації, яку пропонує А. Жукова, ознаки, за якими пропонує класифікувати видання для жінок В. Боннер-Смєюха, відрізняються простотою та функціональністю. Дослідниця класифікує видання за аудиторними та тематичними ознаками, зазначаючи, що за умови їхнього поєднання можна більш детально визначити специфіку жіночих періодичних видань [1].

На думку дослідниці Мімі Лу важливим фактором формування типологічної структури преси для жінок є характер друкованої інформації, адже саме ця ознака визначає, які умови суспільного життя відображає видання, про тенденції розвитку яких жінці варто знати і виробити власну оцінку, позицію, поставити перед собою завдання та цілі. За характером інформації дослідниця виділяє наступні типи жіночих видань:

1) універсальні, які містять коло тем, які цікавлять жіночу аудиторію;
2) видання, які присвячені здоров'ю жінок;
3) журнали мод;
4) жіночі видання, головним об'єктом яких є зовнішність.

Також Лу Мімі виділяє наступні групи жіночих видань:

1) міжнародні видання, які звернені до жіночої аудиторії багатьох країн світу;
2) загальнонаціональні видання, які адресовані жінкам всіх регіонів країни;
3) видання для етнічних жіночих угрупувань;
4) регіональні видання, які розраховані для різних територіальних жіночих спільнот;
5) видання, які розраховані на різні вікові групи;
6) видання для жінок, які готуються стати матерями, які вже народили дітей;
7) видання для жінок із високим рівнем матеріальним рівнем [4].

Спираючись на класифікацію Р. Ямпольської ми проаналізували видання для жінок «Marie Claire». «Marie Claire» – щомісячний жіночий журнал, який вперше був виданий у Франції в 1937 р. Джин Прувост створив видання, яке повинно було виходити кожної середи. З'явившись у продажу, журнал користувався великим попитом. Однак у 1942 р. влада німецької окупації у Франції зупинила видання більшості журналів не став виключенням і «Marie Claire». Журнал не видавався до 1954 р. Потім випуск видання відновився, але тепер це вже був не щотижневий, а щомісячний журнал [3].

На сьогодні «Marie Claire» є міжнародним виданням, яке видається у 27 країнах світу. В Україні цей журнал з'явився у 1998 р. Головним редактором «Marie Claire» в Україні є Олена Дружиніна. Тираж цього видання – 55 000

примірників. За обсягом – це товстий журнал (210 сторінок) великого формату (А4). За цільовим призначенням це видання можна віднести до інформаційно-розважального, адже теми, які є основними у ньому стосуються моди, стилю, краси, стосунків з людьми. Мова, якою видається журнал в Україні – російська.

«Marie Claire» належить до елітарного типу видання, адже розраховано на жіночу аудиторію із досить високим матеріальним рівнем. Його приналежність до елітарних журналів обумовлена вартістю журналу, глянцевим папером, великою кількістю реклами, а також високим рівнем рекламованих товарів та послуг, які пропонуються жінкам на сторінках «Marie Claire». Кількість сторінок, які займає реклама, становить близько однієї четвертої загального обсягу номеру.

Щодо цільового призначення за класифікацією Р. Ямпольської «Marie Claire» можна віднести до пізнавально-інформаційного видання комерційного характеру. Матеріали, які є в журналі мають інформаційно-розважальний характер. Велика кількість сторінок у виданні приділяється моді та красі. Для висвітлення новин, які присвячені цим темам, призначена рубрика «Контекст» (обсяг – 18 сторінок), в якій зображені основні модні тенденції на наступний місяць, головні модні новини, репортажі, які присвячені модним подіям, аналіз модних тенденцій, рубрики «Мода», в якій представлені фотосесії від відомих світових фотографів, та «Красота», в якій йде мова про світ краси, косметики, інтерв'ю косметологів та лікарів, історія відомих косметичних брендів. У цілому обсяг двох вищезазначених рубрик складає 47 сторінок.

На сторінках «Marie Claire» можна зустріти й інші рубрики, серед яких «Девушка с обложки», «Интервью», «Звездный репортаж», «Легенда», «Здоровье», «Карьера», «Отношения», «Психология», «Стиль жизни». Варто зазначити, що не всі рубрики є сталими і не завжди «переходять» з одного номера в інший – це залежить від загального тематичного спрямування кожного конкретного номеру журналу.

Проаналізувавши за запропонованими типологічними критеріями журнал «Marie Claire» можна зробити висновок, що це масове видання, яке відповідає своїй концепції, адже журнал не позиціонує себе як аналітичний, суспільно-політичний або громадський. Всі матеріали мають інформаційно-розважальний характер. На сторінках журналу велику кількість обсягу займає жіноча реклама. Варто зазначити, що вартість рекламованої косметики, одягу, послуг, магазинів, автомобілів та ін. вище середнього і дозволити все це собі можуть жінки високого соціального класу. Через те, що «Marie Claire» має міжнародне поширення, то і теми, які висвітлюються на його сторінках, загальні і не стосуються подій в країні, в якій виходить видання. Подібна ситуація складається із переважною більшість франшизових видань.

«Marie Claire» пропонує список головних тем, якими цікавиться переважна більшість жінок. Слід зауважити, що це видання за своїм цільовим призначенням, аудиторією, змістом пропонує жіночій аудиторії не стільки інформацію, не заповнення «інформаційної порожнечі», скільки певний спосіб життя, модель поведінки, яка досягається завдяки інформаційно-розважальним матеріалам.

Гортаючи сторінки цього видання складається враження того, щоб досягти успіху у житті, треба одягати те, що пропонує видання, користуватися такою ж косметикою, ходити в запропоновані ресторани, їздити на автомобілях, які зображені на сторінках «Marie Claire». У цілому цей журнал є типовим сучасним глянцевим виданням, в якому акцент робиться на предмети розкоші. Видання такого типу пропагують розкішний спосіб життя як життєву філософію. Однак на сьогодні такі видання поширені не тільки в нашій країні, але й за кордоном.

Література

1. Боннер-Смеюха В. Типологическая характеристика современных российских журналов для женщин / В. Боннер-Смеюха // Филологический вестник МГУ. – 2000. – № 2. – С. 3–15.
2. Жукова А.В. Женская пресса как фактор социализации личности : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.01.10 / Жукова Анна Вадимовна. – СПб., 1998. – 18 с.
3. Marie Claire [Электронный ресурс] // Wikipedia : [свободная энциклопедия]. – Режим доступу : http://ru.wikipedia.org/wiki/Marie_Claire
4. Мими Л. Женская печать : эволюция типологической структуры в условиях реформирования общества : автореф. дис. ... канд. филол. наук **:** 10.01.10 / Мими Лу. – Москва, 1998. – 22 с.
5. Пленкина Е. Издания для женщин как часть элитарного журнального сегмента на российском рынке СМИ [Электронный ресурс] / Е. Пленкина // RELGA : [научно-культурологический журнал]. – Режим доступу : http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=392&level1=main&level2=articles.
6. Пленкина Е. Проблемы типологии женских изданий [Электронный ресурс] / Е. Пленкина // RELGA : [научно-культурологический журнал]. – Режим доступу : http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=524&level1=main&level2=articles
7. Ямпольская Р. Женская пресса: ее типологические особенности / Р. Ямпольская // Вестник Московского университета. Серия № 10 «Журналистика». – 1995. – № 1. – С. 15–25.
8. Ямпольская Р. Тенденции развития типологической структуры женской прессы / Р. Ямпольская // Вестник Московского университета. Серия № 10 «Журналистика». – 1997. – № 4. – С.3–15.

**Гиріна Тетяна**
аспірант, Класичний приватний університет
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Пенчук І.Л.

## РОЛЬ ВЕДУЧОГО В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ СИСТЕМИ ДИТЯЧОГО РАДІОМОВЛЕННЯ

Ведучий (його голос, стиль та образ) є візиткою карткою кожної радіостанції. Зростає значення ведучого, його відповідальність та самоцензура в рамках дитячої програми, де кожне слово викликає інтерес та породжує безліч запитань у дітей. Бути ведучим дитячої радіопрограми цікаве і водночас

відповідальне завдання, оскільки сухі інформаційні програми дітьми не сприймаються, а розважальні потребують додаткової підготовки та майстерності журналіста.

“Соціальні ролі, які вважалися головними для журналістики і яким приділялася особлива увага за радянських часів, поступово залишаються у минулому. Нині, первинною стає роль ведучих, які виступають як виразники громадської думки, генератори ідей, критики, захисники тощо” [1]. Всіх ведучих, які стають з програми в програму ріднішими та ближчими маленьким слухачам можемо поділити на:

– дорослих – це найдешевший для радіостанції, але не завжди оправданий слухачем вибір. Виключення можуть становити програми повчального змісту, де ведучий виступає в ролі наставника: (Галина Юрса, ведуча релігійної радіопрограми “Вервиця” (Тернопільська ОДТРК), Надія Шафра “Детская площадка” (Радіо “Ялта”, м. Ялта), Людмила Бучковська ведуча пізнавально-розважальної програми “Карусель” (Хмельницька ОДТРК) та ін.;

– дітей, які стають друзями слухачів, породжуючи ефект наближення до радіопрограми. Ведучий-ровесник сприяє процесу соціалізації дитини, розвитку її комунікативних навичок, з однолітком можна не лише плідно навчатись, а й весело відпочивати в рамках розважальних програм, конкурсів, вікторин, розіграшів тощо. Так, учні Івано-Франківської приватної загальноосвітньої школи І-ІІІ ст. “Католицька школа св. Василія Великого” стали ведучими програми “Веселий гармидер” (Радіо “Дзони”, м. Івано-Франківськ). Окрім постійних голосів, окремі рубрики озвучують інші діти. Так з’являються авторські сторігки, як от “Цікавинки від Яринки”, тощо. Маргарита Лянна та Маргарита Левчук, ведучі програми “Дитяча кімната” (Радіо “Dalmatin”, м. Черкаси створюють відчуття близькості до програми, роблять ефір динамічнішим, веселішим та яскравішим);

– уявних героїв, які подібно до улюблених мультиплікаційних персонажів переходять з програми в програму, потрапляють в різні ситуації та діляться враженнями зі слухачами. Це ідеальний тип ведучого, який може з’являтися в будь-якому типі радіопрограми та бути доцільним в ньому. Як приклад: ведучий програми “Класна година” (“Житомирська хвиля”, м. Житомир) розповідає про себе: “Мене звати Питайлик. Я живу на книжній полиці професора Крапки. У професора Крапки дуже багато різних книжок. І про щоб я його не питав, а я весь час його про щось запитую, він завжди знає відповіді на всі мої запитання” [2]. Ціла плеяда вигаданих героїв живуть в програмі “Олена знає” (Луганська ОДТРК), серед них: “Норман Джиніус, доктор історичних наук, професор Нортдрімського університету на Алясці, член наукової експедиції Карпентера; Фіцджеральд Сарторіус Проктор, доктор медицини, Нобелівський лауреат, можна просто “Доктор Проктор”; Ганна Вествуд, мандрівниця, дослідниця та невгамовний шукач Ельдорадо; Давид Натхненний та Аліса Чудесна, письменники, лауреати премії “За геніальність!”, Костя Розшукайко та Діана Евріка, студенти-мандрівники” [3].

Відповідно до цього, за роллю ведучих дитячих радіопрограм можемо класифікувати на:

– ведучих-вчителів (професор Крапка з програми “Класна година” (“Житомирська хвиля”, м. Житомир), ведуча програми “Олена знає” (Луганська ОДТРК). Дивіз програми: “Олена знає відповіді на всі запитання!”) [3];

– ведучих-друзів – однолітки дітей, що слухають ці радіопрограми чи казкові герої: Марго та Рита радіопрограма “Дитяча кімната” (Радіо “Dalmatin”, м. Черкаси), учні Івано-Франківської приватної загальноосвітньої школи І-ІІІ ст. “Католицька школа св. Василія Великого”, що стали ведучими програми “Веселий гармидер” (Радіо “Дзвони”, м. Івано-Франківськ)”, Ерик та Ерика радіопрограма “В гостях у радіоериків” (Радіо “Ера FM”, м. Київ) та інші);

– ведучих-наставників, найчастіше використовуються на релігійних радіостанціях (ведуча релігійної дитячої радіопрограми Галина Юрса дає настанови слухачам щодо моральності, виховання, культури, розповідає про свята; отець Олег Кондратюк, ведучий радіопрограми “Школа лідерства” (Радіо “Марія в Україні”, м. Київ). Вони вчать жити в гармонії з вірою та Богом, дають настанови, як не згубити віру та не відступити від неї; зірки шоу-бізнесу та публічні особи зачитують діям казки в програмі “1000 і 1 казка” (Радіо “Київ FM”) та ін.).

Роль ведучого в дитячій радіопрограмі надзвичайно висока. Автор та ведучий повинен будувати структуру ефіру таким чином, щоб діти зацікавлювались, захоплювалися історією, яку їм розповідають, щоб з нетерпінням чекали кожну наступну програму та приймали участь в конкурсах і вікторинах. Лише за таких умов можна вважати, що програма вдалася, що вона відповідає запитам слухачів, їхнім інтересам. Крім того, необхідно враховувати не лише те, що слухач дізнається, а й як зможе використати отримані знання, чи принесуть вони йому користь. Відповідно до поставлених перед собою завдань варто автор та ведучий має обирати оптимальну манеру ведення радіопрограми, визначатися зі стилем, інформаційним наповненнями та музичною складовою, тобто відчувати власну аудиторію, передбачати її реакцію. Тільки за таких умов можлива успішна співпраця, на базі дитячої радіостанції, ведучого та слухача дитячої радіопрограми.

Література

1. Зелінченко О.А. Порівняльна характеристика диктора і ведучого // Наукові записки інституту журналістики. – Режим доступу: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2109.

2. Радіопрограма “Класна година” [Електронний ресурс] // Радіостанція “Житомирська хвиля” : [сайт]. – Текст. дані. – Режим доступу: http://www.103fm.com.ua/2008-11-24-21-53-21/14344-2010-11-14-20-48-42 (19.03.2012) – Назва з экрану.

3. Радіопрограма “Олена знає” [Електронний ресурс] // Радіостанція “Луганська ОДТРК” : [сайт]. – Текст. дані. – Режим доступу: http://www.lot.lg.ua/?mid=96&page=147 (19.03.2012) – Назва з экрану.

**Голубенко Оксана**
студентка 5 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Абрамова І. Г.

## КОНВЕРГЕНТНІ ПРОЦЕСИ В ГАЗЕТАХ „ДЕНЬ" ТА „ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ. УКРАЇНА"

В умовах переходу людства до глобального інформаційного суспільства цінність інформації стрімко зросла та змусила шукати нові форми її отримання, зберігання та розповсюдження. Традиційні засоби масової інформації завжди віддавали перевагу якомусь одному основному каналу комунікації: газета – писемності, радіо – усному мовленню, а телебачення – зображенню. Інтернет зміг поєднати в собі переваги одразу декількох традиційних ЗМІ і створив нову форму передачі інформації – мультимедійну.

Незважаючи на стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, явище інтеграції медіа на сьогодні залишається малодослідженим. У зв'язку з цим актуальності набуває проблема вивчення особливостей конвергентних процесів в українському інформаційному просторі.

Дослідженням специфіки конвергентних процесів займалися такі вчені, як: Є. Вартанова, В. Золяк, А. Качкаєва та М. Кастельс. Актуальними також є дослідження Н. Кириллової, Р. Крейга, М. Чабаненко та О. Силантьєвої, які розглядали специфіку трансформації традиційних ЗМІ в конвергентних умовах.

„Конвергенція (від латинської convergere – наближатися, сходитися) – термін, вже давно прийнятий в біології, етнографії, мовознавстві для позначення аналогічних процесів сходження, взаємоуподібнення" [2, с.11]. Виходячи з наведеного вище значення західні філософи і соціологи в 1950-х роках почали вживати поняття конвергенції в суспільно-політичних науках. Новий погляд на процес конвергенції швидко завоював популярність серед соціологів. Книга американського дослідника Д. Белла „Кінець ідеології", що вийшла у 1962 році стала однією з кульмінаційних точок розвитку теорії суспільно-політичної конвергенції і поклала початок вивченню конвергентних процесів у контексті входження людства в епоху глобального інформаційного суспільства.

З розвитком новітніх інформаційно-комунікаційних технологій Інтернет став не тільки потужним джерелом інформації, а й значним конкурентом для традиційних ЗМІ. Конвергентні процеси, що стали невід'ємною рисою глобального інформаційного суспільства диктують нові вимоги та стандарти медіа-бізнесу. У зв'язку з цим кожна з редакцій прагне знайти оптимальні шляхи для гідної конкуренції з „новими медіа", які поєднали в собі традиційні підходи до подачі інформації з новітніми мультимедійними якостями. Швидкість, мобільність, мультимедійність, універсальність, інтерактивність – ключові слова, що розкривають сучасний стан медіапростору.

В українському інформаційному просторі процес конвергенції ЗМІ на сьогодні є достатньо поширеним явищем. Особливо сприятливими для конвергентних процесів є друковані видання. Часто для того, щоб охопити максимальну кількість цільової аудиторії, традиційні друковані видання

починаються створювати свої Інтернет-версії, які сьогодні має більшість українських газет, наприклад, серед загальнодержавних ЗМІ можна виділити „Дзеркало тижня” (www.dt.ua), „Газета 2000” (www.2000.net.ua) , „Сегодня” (www.segodnya.ua), „День” (www.day.kiev.ua) тощо, проте в завершеному вигляді конвергентні редакції ще не досить поширені.

„Конвергенція, зокрема в журналістиці, передбачає синтез, зближення нетехнологічних інгредієнтів (стилістики, контенту, рубрикаційної моделі, принципів відображення дійсності та ін.)” [1].

Про багатогранність процесу конвергенції говорить М. Фоменко, наголошуючи на тому, що процес злиття медіа відбувається в декількох формах. Перша – злиття раніше достатньо віддалених та відокремлених ЗМІ (газети – он-лайнові видання – телетекстові служби інформації телеканалу). Друга форма – зміна професійних вимог до журналістів, які на сучасному етапі повинні мати мультимедійні навички, а саме: вміти готувати матеріали для будь-яких медіа. Третя форма – створення нових інтегрованих жанрів, інфотейнмента (infotainment – від англ. information – інформація та entertainment – розвага; тобто інформаційні програми, у яких новини подані глядачам у максимально розважальній формі), едютейнмента (від анг. edutainment – освіта і розвага одночасно; новий спосіб обміну знаннями та інформацією, який включає в себе лекції, семінари, майстер-класи тощо) [6].

Про багатогранність конвергенції ЗМІ говорить також і Ю. Костигова, яка подає трактування конвергентних процесів з позицій технічного, юридичного, психологічного та соціального аспектів. Технічний аспект, на її думку, полягає в тому, наскільки Інтернет може виконувати ті функції, які виконують традиційні ЗМІ, і, в силу своїх об'єктивних характеристик, здатний зберегти всі ці функції. Юридичний аспект (в рамках даної теми) піднімає проблему достовірності інформації, а також захисту авторських прав в мережі. „Соціальний аспект, найбільш складний, оскільки пояснює, наскільки сучасне суспільство готове до заміни традиційних ЗМІ новими, або яким медіа, при паралельному існуванні цих двох видів, вони віддадуть перевагу” [5, с. 39].

Процеси інтеграції медіа викликають зміни в кожній ланці процесу збирання, обробки, поширення та зберігання інформації. Поряд з технологічним рівнем вони викликають зміни в економічних, організаційних та творчих процесах в редакції. Висуваються нові вимоги до журналістської майстерності.

Важливою рисою для сучасного працівника медіа стає розуміння специфіки адаптації контенту для кожної платформи, вміння працювати з різними цифровими носіями. Журналісту конвергентного ЗМІ фактично доводиться поєднувати ролі автора, фотокореспондента, телеоператора, звукорежисера. У зв’язку з цим з’являється поняття „універсальної журналістики”. Журналістів газет „День” та „Дзеркало тижня. Україна” також можна вважати універсальними, оскільки вони готують матеріали як для друкованої версії, так і для інтернет-сайту, при цьому в матеріалах враховується гіпертекстовість і мультимедійність інтернет-контенту,

створюються необхідні гіперпосилання, а також використовуються всі форми подачі інформації, характерні для різних типів традиційних ЗМІ.

Конвергенція призводить також до появи нових форм поширення інформації, таких як блоги, фотострічки, фотогалереї, слайд-шоу – набір фотоілюстрацій, присвячених певній темі або найголовнішим темам даного періоду. Активно використовуються подкасти – звукові файли, які мають певний сюжет [3]. Цікавою формою подачі інформації є відеоколонка, відеоогляд, відеокоментар – ці жанри в основі своїй прийшли з відеостудій. Все це демонструє явище конвергенції на рівні жанрів журналістики.

„Нові медіа" мають ряд переваг, які обумовлені зокрема мультимедійністю, гіпертекстовістю та дигітальністю їх контенту. Це означає, що інформація в таких засобах масової інформації може подаватися як у формі тексту з фотоілюстраціями, так і у формі відео, слайдшоу, банерів тощо. Так, наприклад, на сайтах газет „День" та „Дзеркало тижня" для додаткового ілюстрування сюжетів використовуються відеоматеріали, а найголовніші новини друкованого випуску оформлюються у вигляді фотослайдшоу. Дигітальність контенту конвергентних ЗМІ зробила можливим зберігати велику кількість інформації, тому в інтернет-версіях газет „День" та „Дзеркало тижня" користувач може ознайомитись з інформацією не лише поточного випуску газети, а й з архівними публікаціями попередніх випусків за минулі тижні, місяці та навіть роки.

Поряд із гіпертекстовістю, мультимедійністю та дигітальністю конвергентних ЗМІ важливою є така риса, як інтерактивність. В інтернет-ЗМІ зворотній зв'язок з читачем є більш налагодженим, порівняно з традиційними ЗМІ, це і є однією з переваг електронних медіа. У багатосторонньому режимі – не тільки між редакцією і читачами, але також між окремими споживачами інформації відбувається оцінка журналістських матеріалів та обговорення актуальних проблем, які були порушені в публікації [4]. В електронних версіях газет „День" та „Дзеркало тижня" читач отримує змогу висловити свою оцінку матеріалу безпосередньо під час або одразу після прочитання публікації, все це відбувається за допомогою коментарів. Окрім того, можна розмістити посилання на матеріал, який сподобався, на власній сторінці в соціальній мережі, таким чином коло читачів, які ознайомляться з публікацією значно збільшується.

Незважаючи на перераховані вище переваги, конвергентні медіа мають ряд недоліків, у порівнянні з традиційними ЗМІ. Як стверджує Ю. Костигова, через відсутність дієвих та чітких законодавчих норм у сфері регулювання інформаційних процесів в мережі Інтернет, поширеними є випадки плагіату, порушення авторських прав, а також розповсюдження завідомо неправдивої інформації, яка може ввести читачів в оману [5]. Окрім того, інформація в традиційних ЗМІ є більш синтезованою та лаконічною, вона містить лише найважливіші факти про соціально-важливі події та явища.

Отже, явище конвергенції є достатньо новим, тому потребує значної уваги з боку дослідників та працівників медіа-сфери. Особливо актуальним питання інтеграції ЗМІ є в період інтенсивного розвитку новітніх інформаційно-

комунікаційних технологій. Поряд із вивченням сутності самого поняття „конвергенція медіа" важливим є дослідження проблем трансформації професійних обов'язків та вмінь журналістів, а також перспектив та наслідків конвергентних процесів для українського інформаційного простору.

Література

1. Блавацький С. Р. Конвергенція якісної та масової преси Великобританії (кінець XX – початок XXI століття) [Електронний ресурс] // Електронна бібліотека Інституту жірналістики : [сайт] / С. Блавацький. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2364. – Назва з екрану.
2. Вартанова Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? / Е. Л. Вартанова. – М. : Информационное общество. – 1999. – № 5. – С. 11 – 19.
3. Журналистика и конвергенция: почему и как радиционные СМИ превращаются в мультимедийные / [Качкаева А.Г., Кирия И.В., Коломеец К.Г., Лосева Н.Г., Силантьева О.М. и др.] ; под ред. А. Г. Качкаевой. – М.:, 2010. – 200 с.
4. Короткова Е.Н. Мультимедийные средства массовой коммуникации: контент и технологи / Е.Н. Короткова // Известия РГПУ им. А И. Герцена. Аспирантские тетради. – 2008. – №32. –
5. Сетевые и печатные СМИ: конвергенция или антагонизм? / Ю.В. Костыгова // Информационное общество. – 2001. – Вып. 1. – С. 38 – 40.
6. Фоменко М.В. Конвергенція новинарного продукту інформаційних агентств (на прикладі українського національного інформаційного агентства «Укрінформ») / М.В. Фоменко // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна . – Сер.: Соціальні комунікації. – 2010. – № 903. – Вип. 2. – С. 116 – 119.

**Горбенко Ксенія**
студентка 5 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Іванюха Т.В.

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗСЛІДУВАЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ЖУРНАЛІСТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСУ «УКРАЇНСЬКА ПРАВДА» СЕРГІЯ ЛЕЩЕНКА

На сьогодні більшість досліджень, присвячених проблематиці журналістських розслідувань, акцентують свою увагу на методах збору, аналізу та оприлюднення інформації в різних видах медіа, передусім, у пресі та на телебаченні. До ґрунтовних праць із цього питання можна віднести "Розслідувальну журналістику" О. Тертичного, " Журналістське розслідування" під редакцією А. Константинова, а також роботи Х. де Бурга, М. Хантера, Дж. Уллмена. Серед українських дослідників можна виділити О. Глушка, який аналізував теорію та практику журналістських розслідувань.

На жаль, проблематиці журналістських розслідувань, які проводяться для інтернет-ЗМІ, присвячено небагато уваги. Серед публікацій на цю тему можна виділити дослідження Х. де Бурга ("Журналістські розслідування") і М. Грюнвальд та Дж. Бернта ("Журналістські розслідування в сучасному медіа-

середовищі"). Втім, варто зауважити, що подібні роботи акцентують свою увагу на інтернеті як на засобі для пошуку інформації. Більшу увагу веб-ресурсам в контексті журналістських розслідувань приділяє британський дослідник П. Бредшоу, засновник блогу HelpMeInvestigate.com [4].

Через незначну кількість публікацій на досліджувану нами тему було опрацьовано також публікації, що стосуються онлайн-медіа в цілому. До них належать роботи М. Хьорста ("Новини 2.0: Чи може журналістика вижити в інтернеті?"), Т. Дваєра ("Медіа конвергенція"), а також російського дослідника віртуалістики О. Калмикова.

Український журналіст та науковець О. Глушко має своє тлумачення цього терміну. На його думку, «журналістське розслідування – це жанр аналітичної публіцистики, мета якого виявити потаємні пружини гострих суспільних (економічних, політичних, соціальних, моральних, екологічних) проблем, справжні причини існування яких старанно приховуються від широкої громадськості владними, політичними та іншими впливовими колами. Факти, вчинки і поведінка людей, колізії, що виникають між ними, є складниками, на підставі яких журналіст вибудовує власну концепцію досліджуваного явища, його природи та умов існування [2, с. 45].

Розслідування в інтернеті відрізняються від друкованих лише специфікою функціонування інтернет-ЗМІ. Так, всі онлайн-ЗМІ, незалежно від виду, мають три основні характеристики, які відрізняють інтернет-видання від інших засобів масової комунікації: гіпертекстуальність, інтерактивність та мультимедійність.

Гіпертекстуальність. Словник культури ХХ ст. В. Руднєва дає наступне визначення гіпертексту: це «текст, створений таким чином, що він перетворюється на систему, ієрархію текстів, одночасно становлячи єдність і безліч текстів» [3, с. 129].

Засновник гіпертексту Т. Нельсон зазначав, що він розуміє під цим поняттям «не послідовний твір, а текст, який розгалужується і дозволяє читачеві вибирати... Це ряд шматків тексту, з'єднаних лінками, що пропонують читачеві різні шляхи» [5, с. 28].

Інтерактивність. Інтернет-комунікація є багатовекторною та діалогічною, а тому інтернет-журналістика також змушена відмовитись від односторонньої комунікації “ЗМІ-аудиторія”. Онлайн-видання мають змогу отримувати відгуки читачів на їх матеріали, а також реагувати на них швидше, ніж традиційні медіа. Таким чином, засоби масової інформації розмішені в інтернеті, протиставляються пресі, радіо та телебаченню, які могли отримувати зауваження своєї цільової аудиторії лише у вигляді листів чи дзвінків у редакцію, що значно сповільнювало реагування на ці відгуки.

Мультимедійність. Поняття мультимедійності передбачає поєднання різних форматів медіа [1, с. 23]. Зокрема, найчастіше йде мова про поєднання тексту з фотографіями, аудіо, відео, флеш-анімацією та елементами гіптерактивності. Така мультимедійність є нелінійною, адже використання її елементів можливе в різних часових діапазонах.

«Українська правда» – інтернет-видання суспільно-політичного спрямування, яке було засноване в 2000 р. Георгієм Гонгадзе. Головним

редактором є Олена Притула. «Українська правда» позиціонує себе як незалежний засіб масової інформації. Вона не є проектом когось із політиків і критикує як представників влади, так і опозицію. За словами співробітників, видання отримує фінансування за рахунок продажу рекламних площ на сайті. Середня відвідуваність сайту становить близько 200 тисяч користувачів на день.

При проведенні дослідження було проаналізовано всі матеріали, що з`являлися на головній сторінці «Української правди» упродовж трьох місяців з 1 жовтня до 31 грудня 2011 р.

Протягом досліджуваного періоду на головній сторінці «Української правди» було опубліковано 179 статей, з яких 25 – журналістські розслідування.

Журналісту інтернет-ресурсу «Української правди» Сергію Лещенку належить найбільша кількість власних розслідувальних матеріалів (11 з 25).

Об`єктами критики в розслідуваннях С. Лещенка переважно були найвідоміші політичні персони. Більша частина розслідувань С. Лещенка стосується теми корупції (9 матеріалів з 11). Два матеріали написані на кримінальну тематику.

Перше місце за кількістю розслідувань посідає Президент України Віктор Янукович. Усі матеріали стосуються переважно деталей проживання Віктора Януковича в резиденції «Межигір`я» (3 статті з 6) і представляють собою серію розслідувань з однаковою першою частиною назви. Це такі матеріали, як «Таємниці "Межигір’я". Розкіш султана», «Таємниці "Межигір’я". Фобії президента», «Таємниці "Межигір'я". Прокладки родини Януковича».

Розслідування «Таємниці "Межигір’я". Розкіш султана» насичене фотографіями резиденції, знятої на фотокамеру згори, та складається з низки фотографій і коментарів журналіста, підкріплених вагомими аргументами: «Враховуючи, що попередня версія космічної фотозйомки датована 8 червня 2010 року, зараз виборці України можуть порівняти, як розбудувалося "Межигір'я" за перший рік перебування Януковича на посаді президента. Після побаченого вони можуть оцінити весь цинізм останніх заяв глави держави про відсутність в держави коштів на соціальні виплати» [6].

У матеріалі «Таємниці "Межигір’я". Фобії президента» С. Лещенко робить акцент на тому, що В. Янукович розширив зону, заборонену для польотів на території "Межигір'я": «Насправді у листі УкрАероРуху написано неправду, яку легко встановити шляхом співставлення авіанавігаційної карти. На ній можна побачити, що в центрі зони, забороненої для польотів, знаходиться аж ніяк не Київська ГЕС, а... правильно, резиденція "Межигір'я". Більше того, за інформацією джерел, з самого початку польоти були заборонені лише над гідроелектростанцією. Але після приходу Януковича на посаду президента було створено "мертву зону" радіусом в декілька кілометрів навколо резиденції - при тому, що саме по собі "Межигір'я" займає площу в півтори сотні гектарів».

В останній публікації серії про "Межигір'я" автор розповідає «про хитромудрі способи, за допомогою яких президент України намагається заховати свою причетність до "Межигір'я"».

Розслідувальні матеріали цієї серії насичені великою кількістю документів, фотографій, схем, які розкривають те, що намагаються приховати від громадськості, а також підтверджують гіпотези.

Інші три матеріали С. Лещенка, у яких головним об`єктом розслідувань виступає Президент, розповідають про те, скільки коштує супровід В. Януковича журналістами під час поїздок закордон (публікація «Пул Віктора Януковича – коштом платників податків»), про те, як чиновники вищої ланки і В. Янукович в тому числі приховують дані про майнові права (стаття «Спільний ресурс "держава Україна" – доступ закрито»), та про зв`язки В. Януковича та С. Клюєва з компанією «Activ Solar» (матеріал «Офшорний дах для Януковича та Клюєва»). Також об`єктом розслідувань стають і інші політики: М. Азаров, С. Клюєв, Ю. Тимошенко.

Розслідування під назвою «Житло родини Азарова у Австрії» належить трьом співавторам Сергію Лещенко, Катерині Каплюк, Наталії Гуменюк. Матеріал стосується як Миколи Азарова, так і його сина Олексія. Окрім фотографій будинку Азарових у Відні, матеріал рясніє документами, що підтверджують коментарі журналістів.

Розслідування «З життя біло-блакитної еліти: маєток Сергія Клюєва» С. Лещенко настільки переповнене фотографіями, що вони займають більшу частину, ніж текст. Але автор так вдало поєднав графічні і візуальні засоби вираження, що майже кожен коментар журналіста переконливо ілюструється фотографіями маєтку депутата: «З одного боку, Сергій Клюєв має право за власні кошти подібним способом облаштовувати собі життєвий простір. Але з іншого, такий спосіб життя свідчить, що бізнес у нього процвітає. Тож чи морально йому за цих обставин претендувати ще й на державну підтримку свого бізнесу – підтримку за кошти бюджету, які фактично недоотримають вчителі, лікарі та пенсіонери? Тим більше, якщо ця дотація надається йому власним братом?» [6].

Матеріал «Житло родини Клюєва у Австрії» написаний у співавторстві С. Лещенко з Н. Гуменюк. Окрім фотографій, що яскраво ілюструють житло vip-чиновника, до матеріалу додається безліч документів на підтвердження журналістських аргументів.

По 2 журналістських розслідування написано про Юлію Тимошенко. Обидва матеріали кримінальної тематики. Це такі розслідування С. Лещенко, як «Убивство Євгена Щербаня. Офіційна версія» та «Убивство Щербаня. Чи платили Лазаренко з Тимошенко кіллерам**?**». На початку першого розслідування журналіст зазначає, чому справа, яка була закрита ще в 2003 р. знову набула резонансу: «бивство депутата і бізнесмена Євгена Щербаня 1996 р. – це ілюстрація жахів епохи первинного накопичення капіталу в Україні. Але зараз цей злочин отримав додаткове навантаження. Це - найбільш тяжкий компромат, який влада намагається висунути проти Юлії Тимошенко» [6].

Автор у ході матеріалу спочатку зупиняється на історії справи, а потім переходить саме до об`єкту розслідування - Юліїї Тимошенко та її причетності до вбивства депутата.

У другій частині розслідування під назвою «Убивство Щербаня. Чи платили Лазаренко з Тимошенко кіллерам» лідерці БЮТ присвячено весь матеріал в цілому, але як і в попередній серії, журналіст торкається інших осіб, причетних за різними версіями слідства до вбивства Є. Щербаня. Висновки щодо причетності Ю. Тимошенко до цієї справи журналіст робить такі: «З усього цього що можна стверджувати переконливо? Перше – Тимошенко розраховувалася з Лазаренком, направляючи кошти на транзитний рахунок Кириченка. Друге - Кириченко платив з цього транзитного рахунку кошти "Матросу". Але за що він їх платив – невідомо. Чи платив він їх саме з тих грошей, які прийшли від Тимошенко – також невідомо» [6].

Рівень використання мультимедійних засобів в матеріалах журналіста «Української правди» С. Лещенка може свідчити про розуміння журналістом концепції онлайн-видань, а також всього інтернет-простору з такими характерними його рисами, як гіпертекстуальність, мультимедійність та інтерактивність. У С. Лещенка є розслідування, які поєднують більше чотирьох видів мультимедійних засобів водночас. Наприклад, у статті Сергія Лещенка за 4 жовтня 2011 р. «З життя прокурорської еліти: маєток Рената Кузьміна» використано гіперпосилання, фото, відео, документи та інформацію з інтернет-баз.

Література

1. Ворд М. Онлайновая журналистика: учебник / М. Ворд. – М.: У- Фактория, 2002. – 367 с.
2. Глушко О. К. Журналістське розслідування: історія, теорія, практика: навч. пос. / О. К. Глушко. – К.: Арістей, 2006. – 144 с.
3. Руднев В. П. Словарь культуры XX века: учебник / В. П. Рудиев. – М.: Аграф, 1991. – 384 с.
4. HelpMeInvestigate [Електронний ресурс]: [сайт] / HelpMeInvestigate. – Режим доступу: http://helpmeinvestigate.com/ (25.08.10). – Назва з екрану.
5. Nelson T. Literary machines / T. Nelson. – Mindful Press, 1993. – 426 с.
6. http://www.pravda.com.ua

**Грис Ірина**
студентка магістратури факультету журналістики
Нук. кер.: к.філол.н., доцент Бондаренко І.С.

## КОГНІТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВНОЇ АТРАКЦІЇ У МАС-МЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРІАЛАХ ГАЗЕТ “ЗАПОРІЗЬКА ПРАВДА” ТА “ЗАПОРОЗЬКА СІЧ”)

Дослідники, які займаються вивченням лінгвістичних наук, трактують і використовують поняття “атракція” по-різному. Так, на думку Т. Фільчук під мовною атракцією слід розуміти категорію, що визначає мовні процеси, на рівні

вираження та існування форм суспільної свідомості, які складають гуманітарне знання в його філологічних наукових рефлексіях [3].

М. Маковський зазначає, що "наявність певної сукупності лексем, варто характеризувати як лексичні мікроструктури, а ті функціонально-динамічні процеси, завдяки яким окремі елементи мікроструктур пов'язані одне з одним, взаємодіють на певному відрізку часу і створюють лексико-семантичні мікросистеми - лексичну атракцію" [1, с.14].

Досліджуючи мовну атракцію в журналістських текстах регіональних періодичних видань привертають особливу увагу засоби контекстуально-синонімічного увиразнення газетного мовлення (тропи) до яких відносять: епітети, порівняння, метафору, метонімію, синекдоху, перифраз, іронію, гіперболу, стилістичну синонімію, за допомогою яких автор детально та яскраво змальовує подію або явище. Фактичний матеріал для дослідження засобів мовної атракції взятий із заголовків газет "Запорізька правда" (далі "ЗП") та "Запорозька Січ" (далі "ЗС").

Авторські тексти в газетах "Запорізька правда" та "Запорозька Січ мають безліч епітетів, які вказують на автора і конкретизують уявлення про нього.

Епітет є одним з найуживаніших засобів у журналістському тексті для посилення картинності й емоційності мовлення, оскільки епітети додаються до звичайної назви предмета, щоб посилити його виразність, підкреслити в предметі одну з його ознак – саме ту, яку в даному випадку важливо висунути на передній план, свого роду привернути до неї особливу увагу читача [2]. Напр.: *"Окроплена кров'ю, така рідна земля"* (П. Юрик. – "ЗП". – 18.01.11. – С. 1); *"Козацький дух, пісні бадьорі – «Дубовий гай» у святі поєднав"* (П. Юрик. – "ЗП". – 10.01.11. – С. 2).

Порівнянням у тексті газет "ЗП" та "ЗС" виступає словесний вираз, в якому уявлення про зображуваний предмет конкретизується шляхом зіставлення його з іншим предметом, таким, що містить в собі необхідні для конкретизації уявлення ознаки в більш концентрованому вигляді: *"У Запоріжжі – вперше в Україні в промисловій зоні споруджена ниткою в небі повітряна лінія електропередач на металевих опорах гнутого профілю"* (Н. Сараєва. – "ЗС". – 13.11.10. – С. 3).

Журналістські матеріали газет "Запорізька правда" та "Запорозька Січ" досить багаті й на метафору, особливо заголовки статей, де називається слово, значення якого переноситься на найменування іншого предмета, пов'язаного з предметом, на який звичайно вказує це слово, рисами подібності. Напр.: *"Зустріч від душі"* (Р. Єльцов. – "ЗС". – 22.11.11. – С. 3); *"Мистецтво жити разом"* (І. Акінфєєв. – "ЗС". – 03.11.11. – С. 3).

Також у журналістських матеріалах можна зустріти метонімію. Використання у газетному дискурсі такого засобу мовної атракції супроводжується тим, що значення певного слова переноситься на найменування іншого предмету. Напр., такий вислів з міської газети, як *"Школа намагається підтримувати спілкування дітей з мистецтвом на найвищому рівні"* (Г. Грибінюк. – "ЗС". – 01.11.11. – С. 8), містить у собі метонімію, виражену словом "школа". Це слово вжите тут не у прямому, а в

переносному значенні, оскільки автор має на увазі те, що педагогічний колектив школи, а не сама будівля, намагається підтримувати спілкування дітей з мистецтвом.

Важливо також простежити вживання перифразу місцевими журналістами у газетному дискурсі, завдяки якому відбувається заміна автором прямого найменування предмета непрямим його означенням у формі описового словесного звороту, що вказує на предмет, виділяючи його побічні ознаки: *"Три літери від пухлини"* (Я. Соколова. – "ЗП". – 28.01.10. – С. 19); *"Смерть на зебрі"* (О. Романенко. – "ЗС". – 12.11.11. – С. 6).

Запорізькі журналісти у своїй практичній діяльності використовують гіперболу як словесний зворот, в якому хочуть подати ознаки описуваного у тексті предмету в надмірно перебільшеному вигляді з метою привернути до них особливу увагу читача. Напр.: *"Вибух розглядається як теракт"* (Є. Логанов. – "ЗП". – 11.01.11. – С. 1); *"Справа на п'ять мільйонів"* (О. Гривцова. – "ЗП". – 21.01.10. – С. 16).

Часто вживаються і стилістичні синоніми, тобто такі, які мають емоційно-стилістичне забарвлення: *"Хочеться, щоб наступний рік став позитивним, світлішим, добрішим"* (Ю. Іванець. – "ЗС". – 29.12.11. – С. 4); *"Відкрито, прозоро, гласно"* (Г. Кліковка. – "ЗП". – 27.00.10. – С. 1).

У публіцистичних матеріалах використовується іронія, яка безумовно є однією з реалізацій мовної гри автора з читачем: *"Розбагатіли аж на ...60 копійок"* (О. Солоп. – "ЗП". – 14.01.10. – С. 6); *"Напосівали на три тисячі гривень"* (А. Биков. – "ЗП". – 21.01.10. – С. 2).

Підсумовуючи, можемо говорити, що засоби контекстуально-синонімічного увиразнення мови (тропи) серед прийомів мовної атракції є досить поширеними, оскільки зумовлюють переосмислення і зрушення в семантиці слів, сприяють розширенню семантичного обсягу лексем та утворенню нових відтінків значень слів. Використані тропи у журналістських текстах є оцінюючим елементом, який застосовується для вираження позитивного чи негативного ставлення журналіста до зображуваної ним дійсності у власному газетному дискурсі.

Література

1. Маковский М. Теория лексической аттракции (опыт функциональной типологии лексико-семантической системы): монография / М. Маковский. – М.: Наука, 1971. – 252 с.

2. Минева Л. Паронимия в языке и речи / Л. Минева, В. Феденев // Вопросы языкознания. – 1982. – №2. – С. 90-95.

3. Фільчук Т. Мовна атракція в різних дискурсивних виявах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук.: спец. 6.030301 "Журналістика" [Електронний ресурс] / Т. Фільчук // Lib.Rar.Org.Ua – Бібліотека українських авторефератів: [веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: http: //www.librar.org.ua/sections_load.php?s=philology&id =1877&start=1.

**Гришкіна Маргарита**
студентка 4 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: ст. викладач Микитів Г.В.

# КЛАСИФІКАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ТЕОРЕТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Комунікативна стратегія являє собою концептуально покладений у технології світоглядний намір і його дієве здійснення стосовно вироблення змісту комунікативного процесу. Тільки з'ясовуючи комунікаційні стратегії, з'ясовуючи зміст комунікативного процесу і досліджуючи комунікативний простір у співвідношенні з середовищем комунікації, ми можемо отримати відповідь, що перешкоджає взаємодії [1].

Класифікація загальних комунікативних стратегій залежить від обраних засад. П. Сопер будує класифікацію комунікативних стратегій з точки зору загальної мети. Вона може полягати в тому, щоб розважити, інформувати, надихнути, переконати, закликати до дії [2]. З функційного погляду російський дослідник О. Іссерс пропонує виділяти **основні** та **допоміжні** стратегії. ***Основною*** можна назвати стратегію, яка на певному етапі комунікативної взаємодії є найбільш значущою з погляду ієрархії мотивів і цілей. У більшості випадків до основних стратегій відносяться ті, які безпосередньо пов'язані з впливом на адресата, його модель світу, систему цінностей, його поведінку. ***Допоміжні*** стратегії сприяють ефективній організації діалогової взаємодії, оптимальному впливові на адресата [3, с.106-108].

Дослідники виділяються **три основні типи комунікаційних стратегій**, концептуально описують основні соціальні процеси, які породжують комунікаційні дії. До них відносяться **презентація**, **маніпуляція** і **конвенція**. Вони відрізняються за рівнем відкритості, симетрії і способу виробленої комунікації: презентаційний тип є пасивною комунікацією; маніпуляційний – активною комунікацією, конвенційний – інтерактивною комунікацією. Так само основними засобами є: для презентації – послання, для маніпуляції – повідомлення, для конвенції – діалог.

Здійснюючи ***маніпуляційну*** комунікацію, її творці мають на меті управління ситуацією через управління поведінкою людей. У конвенційній комунікативній стратегії застосовуються технології, спрямовані на керування ситуацією через взаємодію та узгодження поведінки людей. Для маніпуляційних технологій інструменти управління поведінкою та мета, яка ставиться при такому керуванні, як правило, приховані від тих людей, чиєю поведінкою керують. Текст повідомлення створюється заздалегідь і певним чином «упаковується» для того, щоб змінити його смислове значення, цільову або ціннісну ідентифікацію адресантом.

Маніпуляційні стратегії комунікації особливо характерні для таких способів структурування інформації, як ідеологія, пропаганда і реклама.

Для ***конвенційних*** технологій інструменти комунікації не є інструментами управління, вони відкриті для учасників спілкування. Зміст повідомлення коректується в процесі комунікації в результаті взаємодії його

учасників. Метою конвенційної комунікативної стратегії є забезпечення комунікації між різними учасниками спілкування (наприклад, різними соціальними групами громадянського товариства) і досягнення конвенції.

Завданням ***презентаційної*** стратегії є повідомлення знання. При цьому комунікаційне середовище, у якому відбувається спілкування, може залишатися незмінним, а розуміння повідомлення автори намагаються домогтися за рахунок представлення цілісної картини світу. У такому разі презентаційна стратегія стає тактичним завданням у ході реалізації конвенційної стратегії – знання передається у формі повідомлення. Знання може подаватись як обговорення або міркування, що припускає взаємодію учасників спілкування. І в цьому разі презентація також здійснюється на основі конвенційної комунікативної стратегії.

Презентаційна стратегія може поєднуватися і з маніпуляційною стратегією, якщо в ході її реалізації знання передається не відкрито, а в «запакованому» вигляді. Картина світу представлена спотворено, у вигляді цілеспрямовано вибраних фрагментів, що збігаються з установками тієї чи іншої ідеології. Якщо, аналізуючи конвенційне спілкування, можна поставити запитання «Що говориться?», то при маніпуляційному спілкуванні логічними будуть питання «Хто і кому що говорить і якої реакції чекає?».

Тож стратегії можна поділити на **комунікативні** (конвенційні) і **некомунікативні** (маніпуляційні), тому що, незважаючи на уявний успіх комунікації при застосуванні маніпуляційної стратегії, вона призводить до погіршення загальної ситуації довіри і солідарності, руйнуючи в підсумку комунікативний процес.

Аналізуючи комунікативні стратегії з точки зору їх реалізації в журналістському дискурсі, необхідно розглянути прийоми вибору, структурування та подання інформації. Доречним буде розрізняти стратегічну комунікативну мету і додаткові комунікативні цілі, без досягнення яких важко досягти основну. Додаткові цілі пов’язані з подоланням несприятливих умов комунікації, пов’язаних із особливостями сприйняття викладу інформації та ставлення до неї. Серед несприятливих чинників процесу комунікації можуть бути названі відсутність безпосереднього контакту комунікантів, вплив на адресата конкурентних повідомлень і інших потоків інформації, що створюють перешкоди в процесі сприйняття.

Отже, розглядаючи стратегії презентації, маніпуляції та конвенції як базові, спрямовані на формування планованого сприйняття повідомлюваної інформації, необхідно виділити додаткові стратегії, спрямовані на оптимізацію впливу самого повідомлення, на полегшення його сприйняття. З метою реалізації перерахованих вище стратегій використовуються різні комунікативні засоби – у першу чергу, природна мова, а також засоби інших семіотичних систем і кодів. Розглядаючи засоби, що слугують втіленню комунікативної стратегії в мові, можна виділити **вербальні** і **невербальні**, **експліцитні** й **імпліцитні**. У рамках вербальних засобів виділяються ***виразові*** (лексичні) та ***образотворчі*** (синтаксичні) засоби, що використовуються для реалізації тієї чи іншої комунікативної стратегії.

*Залежно від мети спілкування*, О. Тарасова виділяє **кооперативні**, **конфліктогенні** та **маніпулятивні** комунікативні стратегії [4, с.275]. ***Кооперативні*** спрямовані на комунікативну співпрацю партнерів спілкування. Вони діють в інформативних та інтерпретативних діалогах (поради, обміни думками, розповіді тощо). ***Конфліктогенні*** стратегії отримують своє втілення в конфліктних ситуаціях (суперечки, претензії, погрози тощо). ***Маніпулятивні*** стратегії спрямовані на зміну свідомості чи поведінки партнера спілкування в інтересах мовця (наприклад, комплімент).

С.Беспалова називає **інтенційні**, **інтерактивні** й **афективні** комунікативні стратегії, які є складниками змісту комунікативної компетенції індивіда [5]. ***Інтенційні*** стратегії є регулятором спілкування, який допомагає брати участь у дискурсі. До них належать: 1) розуміння комунікативного наміру на підставі аналізу мовних засобів і вираження реакції-відповіді як підтвердження розуміння; 2) завдання і мовна реалізація власного комунікативного наміру; 3) вплив на партнера у спілкуванні та успішне встановлення мовленнєвого контакту. ***Інтерактивні*** стратегії слугують для встановлення контакту в різних соціальних контекстах, обміну інформацією, налагодження стосунків між партнерами спілкування, пов'язаними спільністю предмета мовленнєвої діяльності: 1) з'ясування комунікативного портрета партнера по спілкуванню; 2) простеження соціокультурного фону ситуації; 3) послідовна зміна перспективи ролей учасників дискурсу; 4) структурно-семантична антиципація і побудова мовленнєвої стратегії дискурсу; 5) мовленнєва мобільність при зміні комунікативних умов дискурсу чи його типу; 6) врахування характеру міжособистісних стосунків комунікантів і вибір мовних засобів, що відповідають ситуації спілкування; 7) дотримання необхідної дистанції у спілкуванні. ***Афективні*** стратегії С.Беспалова визначає як «різновид дій, спрямованих на регуляцію не лише власних емоцій, але й на визначення емоційної налаштованості на співбесідника, його стимуляцію на спілкування, на створення сприятливої атмосфери, позитивного настрою, зниження схвильованості, підбадьорення тощо»: 1) створення і підтримання позитивного психологічного стану; 2) регуляція свого емоційного стану і врахування ступеня мовної реалізації емоцій в культурі мови, яка вивчається; 3) вибір відомих мовних формул для вираження емоцій; 4) встановлення емоційного стану і готовності співбесідника до спілкування на основі аналізу мовних засобів [5, с.73-85].

І. Борисова розглядає два типи комунікативних стратегій у діалогах: **усвідомлені** (які піддаються рефлективному вияву, пов'язані переважно з досягненням предметно-практичної або соціально-практичної мети) і **підсвідомі** (які не визначаються раціональним задумом) [6, с.89-90]. Вона виділяє три базові (прототипові) моделі розгортання тексту, в основі яких лежить домінантний програмовий блок задуму і тип дискурсивної стратегії, що його реалізує. Коли в основі розгортання тексту домінує інформативний блок програми, то такий прототиповий текст характеризується базовою дистальною (інформативною) стратегією мовленнєвої поведінки одного (або обох) комунікантів; при цьому динаміка розгортання такого діалогу базується на

розвиткові предметної тематики. Коли в розгортанні тексту домінує модальний блок програми, то це текст, який характеризується базовою модальною стратегією мовленнєвої поведінки комунікантів. В основі його тематичного розгортання лежать особистісні параметри комунікативної ситуації (наприклад, відверта розмова, інтимна бесіда, сварка); на перший план висувається розвиток еготеми і ксенотеми, їх оцінна розробка в певній тональності.

Коли в розгортанні дискурсу домінує прагматичний блок програми, то це текст, який характеризується базовою регулятивною стратегією мовленнєвої поведінки комунікантів (симпрактичне мовлення, за К. Бюлером). Такі діалоги характеризуються вторинністю мовленнєвої дії щодо немовленнєвої. Подібна типологія комунікативних стратегій відповідає класифікації типів інформації: когнітивна, регуляційна та індексальна.

Отже, окрім основних типів комунікативних стратегій (маніпулятивні, презентаційні, конвенційні), виділяють також і додаткові. Їх класифікують вже за іншими критеріями – вербальні і невербальні, експліцитні й імпліцитні, усвідомлені й підсвідомі. Бачимо також і варіативність термінології в називанні подібних стратегій, як-от: кооперативні, конфліктогенні, маніпулятивні стратегії. Або інтенційні інтерактивні та афективні тощо. Таке різноманіття класифікацій свідчить про актуальність досліджуваної проблеми. Та про її всебічний розгляд науковцями.

Література

1. Ясперс К. Смысл и назначение истории / К. Ясперс. – [пер. с нем.], [2-е изд.]. – М. : Республика, 1994. – 527 с. – (Мыслители XX в.).
2. Сопер П. Основы искусства речи. – М. : Яхтсмен, 1995. – 350 с.
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 284 с.
4. Тарасова Е. В. Речевая системность в терминах лингвопрагматики / Е. В. Тарасова // Вісник Харківського державного університету. – 2000. – № 471. – С. 273-279.
5. Беспалова С. В. Дискурс в лингвистической практике преподавания (немецкий язык) / С. В. Беспалова. – Саранск : Кр. октябрь, 2003. – 116 с.
6. Борисова И. Н. Категория цели и аспекты текстового анализа / И. Н. Борисова // Жанры речи. – Вып. 2. – Саратов : Колледж, 1999. – С. 81-97.

**Данагулян Ліліт**
магістр факультету журналістики
Наук. кер.: к.пед.н., доцент Мірошниченко П.В.

## ІСТОРИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ

В оперативному інформуванні людей у всьому світі важливе місце займає радіо, не визнаючи кордонів і відстаней, воно несе новини кожній людині. У системі засобів масової інформації радіо завоювало собі позиції найбільш зручного, доступного та регулярного каналу трансляції новин. Воно є одним з

наймасовіших соціально-культурних явищ у суспільстві. Радіомовлення відіграє важливу роль у розширенні меж громадської активності і характеризується здатністю відображати суспільну дійсність та формувати громадську думку. Окремої уваги варта тенденція переходу радіо в русло інтернет-мовлення, яка спрощує доступ до отримання важливої і актуальної інформації та впливає на розвиток інтерактивності.

Сучасне інформаційне радіомовлення бере свій початок від радіогазет, які були створені ідеєю про „ газету без паперу ” і „ без відстаней ”. Перший випуск радіогазети було передано через московську радіостанцію ім. Комінтерну 23 листопада 1924 року. Ця дата вважається початком регулярного радіомовлення. В Україні (Харків) перший випуск Всеукраїнської радіогазети „Пролетар” вийшов в ефір через два роки – 10 грудня 1926 року [6, с. 382-383]. Відтоді на тривалий час радіогазети стають основною формою політичного мовлення в Україні, ще одним ідеологічним інструментом пропаганди. У цей період засвоюються традиції газетної журналістики. З початку 30-х років радіо «Пролетар» змінює назву на «Робітничу радіогазету», аудиторія стає постійною і масовою (десятки тисяч радіослухачів) [6, с. 385]. Тоді газета виходить двічі на добу з новинами та літературно-мистецьким випуском. Крім того, у цей період впроваджується проводові радіо. Поступово радіогазети з’являються по інших містах країни. Але з 1932р. радіогазети ліквідовують[6; 9].

З плином часу постійно розвивається спосіб подачі новин, з’являються нові форми і жанри, характерні вже для радіомовлення, а не газети. В обіг входить одна із нових форм подачі інформації – останні вісті. Випуски стають більш оперативними, редакції намагаються спеціалізувати журналістів за тематикою матеріалів. Друга форма – позастудійні передачі (виїзд на місця подій) дозволяли покращити достовірність та оперативність. Третя форма – виступ перед мікрофоном (жанр прямого ефіру). Активно впроваджуються радіомости, репортажі з місця подій [6; 8; 9].

Вже у 40-х рр. Україна була розвиненою радіомовною державою. На її території діяло 10 радіостанцій та 624 радіотрансляційні вузли. Прийом передач здійснювався через 1 047 300 радіотрансляційних точок і 255 000 радіоприймачів. Це потужна система агітації населення радянською владою.

У воєнні роки радіо добуває першість серед ЗМІ, воно передає повідомлення про початок війні та усі новини з фронту (радіостанція «Радянська Україна»). Під час активних військових дій на території України, український державний радіокомітет переїжджає у Саратов. Там утворюється радіостанція ім. Т. Шевченка, яка інформувала про події на фронтах України та закордоном, готувала спеціальні випуски для партизан і підпільників, щодня транслювались літературні та музичні композиції, виходила газета «Червоний перець по радіо» та радіожурнал «Сатиричний залп». Повідомлення з фронту ведуться тричі на день. У 1944 р. закривають московську радіостанцію «Радянська Україна», трансляція ведеться з Києва, а новини вже виходять 7 разів на день. У воєнні роки також з’являється перша на території Україні пересувна радіостанція, яка змінює назву на радіостанцію «Дніпро». В ефірі цієї радіостанції окрім оперативних випусків новин були замальовки,

радіоконцерти та виступи українських письменників перед мікрофоном [6, с. 403].

У повоєнні роки активно поширюються в ефірі радіожурнали. Їх розвиток пов'язаний із необхідністю посилення пропагандитсько-агітаціного мовлення з метою відбудови країни. У 1946 р. з Києва передавались 7 випусків останніх вістей, спортивні випуски, огляди республіканських газет та щосуботи випускався журнал радіохроніки «Наш тиждень» [6, с. 405]. У кожній області існувала своя редакція, яка надавала основну інформацію зі своєї території. В ці роки важливе місце надається повідомленням про процес індустріалізації. А головним досягненням доби стала поява магнітофонів із функцією запису. Це спричинило винайдення і впровадження радіомонтажу, з'являється жанр радіорепортажу. У 1960 р. була прийнята постанова про поліпшення радянського радіомовлення, яка зобов'язувала головне телеграфне агентство надавати інформацію для центрального і місцевого радіомовлення. Форми подачі інформації стають різноманітними, цікавими, виходять репортажі з місця подій. З 1962р. випуски стали передаватись по 3 програмах республіканського радіо. Проте основною метою радіомовлення все же залишається агітація та організація суспільства. У 1964р. зазнає успіхів радіофікація населення (7 млн. радіоприймачів в Україні). Цілодобово мовить інофрмаційно-музична радіопрограма «Маяк» [9, с. 56]. За принципом цієї радіостанції з 1965р. транслюється програма «Промінь» в Україні. В основі цього радіо – випуски новин, що чергуються з розважальними програмами. Інформаційне мовлення «Променю» було достатньо потужним – щодоби передавалось близько 400 повідомлень.

В роки перебудови намічається тенденція до появи ранкових інформаційних програм. Однак заклики до свободи слова, що активізувались у цю епоху, були обмежені. Поте тепер увага приділяється повсякденним життєвим ситуаціям, активізується участь особи до політичних і соціальних процесів у країні. Інформаційне радіомовлення прагнуло по-новому, докладніше давати картину життя, зокрема політичного. Велике значення мав прямий ефір цих років, який давав можливість переоцінити погляд на диктора і слухача. Радіожурналісти прагнули вирішити проблему однобічності радіо, налагоджуючи діалог зі слухачем [6; 7]. У 1990р. з'являється можливість налагодження прямих трансляцій, телефонування у прямий ефір і це спричинило появу нових жанрів і форм (прямі включення, прес-конференції, круглі столи, дзвінки у студію і т.д.). У період незалежності інформаційне мовлення повністю переходить на власну сітку мовлення (1992р.). Новим стає дотримання принципів об'єктивності, достовірності, правдивості, оперативності та плюралізму у діяльності журналістів.

Становлення сучасної інформаційної служби радіо невід'ємно пов'язане з розпадом СРСР, здобуттям Україної незалежності та проголошенням демократичного режиму в країні, оскільки ці події сприяли припиненню діяльності Всесоюзного радіо та переходу України до власної сітки мовлення. Сучасна інформаційна служба Українського радіо постала у вигляді розгалуженої системи радіоредакцій, які діють на всій території України і

спеціалізуються на збиранні, переробці, оформленні та поширенні суспільно важливої інформації. Інформаційне мовлення подальших років вийшло на значно якісніший етап розвитку із сутнісно новими концептуальними засадами діяльності.

Першою основою радіо у справі інформування була друкована газета. Від неї перейняло воно і свою первісну форму – радіогазету, а зараз це вже розвинене, набране великого досвіду радіомовлення. Якщо ще у 1926р. радіо готувало всього 4 випуски радіогазет, то сьогодні новинам на інформаційних радіостанціях відводять більшу частину доби, а на багатьох музично-інформаційних українських радіостанціях їх передають через кожну годину. Свіжі випуски новини на радіо – це потік інформації, у цілому він створює панораму подій, які відбуваються чи відбулись. Якщо ж розглядати його тимчасові рамки ширше – це живий рух, безперервний конвеєр новинних відомостей.

Інформаційне радіомовлення інформує та повідомляє радіослухачів про суттєву, соціально значущу зміну в реальній дійсності, тобто задовольняє людську потребу в необхідності володіти новинною інформацією про світ, окрему країну чи, наприклад, своє місто. Значення новин для аудиторії, їх обсяг, різні форми подачі і особливості викладу в ефірі визначають організацію інформаційного мовлення радіостанції.

Практика вітчизняної радіожурналістики, досвід роботи зарубіжних радіостанцій виробили основні принципи організації інформаційного радіомовлення. Вони засновані на осмисленні набутого досвіду, вивченні аудиторії та спостереженнях за її реакцією, на змінах політичного клімату, і на, що не менш важливо, вподобаннях рекламодавців та інших чинниках.

Література

1. Ворошилов В. В. Развитие электронных СМИ [Радио и телевидение] / В. Ворошилов // Журналистика: учебник. — С.-Пб., 2001. — 447 с.
2. Губернський Л.В. Інформаційна політика України. Європейський контекст / Губернський Л.В., Камінський Є.Є., Макаренко Є.А. [та ін.] — К. : Либідь, 2007. — 360 с.
3. Лизанчук В. Радіожурналістика: засади функціонування / В. Лизанчук. — Львів : ПАІС, 2000. – 366 с.
4. Гоян О.Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту: [підручн.] / О. Гоян. — К. : Веселка, 2004. — 245 с.
5. Гоян О.Я. Сучасне радіомовлення: новітні технології й ефірні трансформації / О. Я. Гоян // Пам'ять століть. — 2007. — №3. — С. 51—59.
6. Мирончeнко В. Основи інформаційного радіомовлення: підручник для студ. університетів спец. «Журналістика» / В. Мирончeнко. — К. : ІЗМН, 1996. — 440 с.
7. Мирончeнко В. Інформаційне радіомовлення: управління, організація, планування: навчальний посібник для студ. фак. жур-ки ун-тів / В. Мирончeнко. — К.: Вища школа, 1989. – 176 с.
8. Основы радиожурналистики / под ред. Э.Г. Багирова, В.Н. Ружникова. — М. : МГУ, 1984. – 264 с.

9. Радиожурналистика: учебник / под ред. А.А. Шереля. — М. : МГУ, 2000. — 480 с.
10. Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста: очерки теории и практики: учебн. пособие. – М., 2007. – 503 с.
11. Смирнов В. Жанры радиожурналистики: учебн. пособие для вузов / В. Смирнов. — М. : Аспект Пресс, 2002. — 288 с.

**Десятинник Яна**
студентка 4 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н, доц. Бондаренко І.С.

## ОСОБЛИВОСТІ ДОВОЄННОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ МИКОЛИ ПОПЕЛЯ В ГАЗЕТІ «ЧЕРВОНЕ ЗАПОРІЖЖЯ»

У контексті складних трансформаційних процесів, пов’язаних з подоланням спадщини тоталітарного минулого і переходом до відкритого інформаційного суспільства, в центрі уваги постають проблеми формування національної ідентичності та самоусвідомлення. Як правило, такі масштабні за своєю суттю комунікаційні дискусії веде публіцистика – складова сучасної медіа-комунікації. Вивчення доробку майстрів журналістики, які жили в часи тоталітарного правління є невід’ємною частиною дослідження української публіцистики.

В історії української журналістики публіцистика не мала лінійного розвитку. Зародившись ще у XIX – на поч. XX ст. у творчості М. Костомарова, І. Франка, М. Грушевського, Ю. Бачинського, В. Липинського, М. Міхновського й інших публіцистів вона потім зазнала занепаду через політичні та суспільні обставини. І лише зі здобуттям незалежності, коли відновлюється спадкоємність багатьох історичних і журналістських тенденцій, публіцистика як явище української журналістики повертається в масову комунікацію.

*Мета статті* – аналіз ідейно-тематичних особливостей творчого доробку запорізького журналіста Миколи Попеля.

Запорізький журналіст Микола Попель (1909-2001 рр.) мав складну і трагічну долю. Як «ворог народу» він потрапив до ГУЛАГу і лише чудом вижив. Радянська влада звинуватила його в підготовці збройного повстання, запроторивши до таборів, і лише через п'ятнадцять років відпустила через відсутність доказів.

Микола Костянтинович Попель народився 19 лютого 1909 року в селі Островка Савранської волості Балтського повіту Подільської губернії. Виховувався, жив, працював у селянській родині. У 1925 році закінчив семирічку і пішов учитися до Курячолозької агрошколи. Саме на шкільні роки припадають його перші кроки в журналістиці. За дорученням комсомольської організації він пише замітку в Одеську окружну газету «Червоний степ». Сількорівський допис хлопця був досить критичний, бо йшлося там про занадто бучне сільське весілля. Разом з поздоровленням друзів п’ятнадцятирічний хлопчина відчув на собі і косі погляди «героїв» хмільного дійства. Справжню

радість і гордість приніс Миколі лист відповідального секретаря «Червоного степу» Рудича, в якому той дякував за допис і запрошував й надалі співробітничати з газетою. Так Микола Попель склав свій перший вступний екзамен в журналістику.

Вперше матеріали Миколи Костянтиновича в газеті «Червоне Запоріжжя» з'явилися у 1939 році. Тут він працював заввідділом культури і шкіл, заступником відповідального секретаря, а пізніше - відповідальним секретарем.

Його репортаж «Школа над ставом» (Червоне Запоріжжя. – 1939. – 23 травня. – С. 2) дуже нагадує оповідання. Такий вже був у Миколи Попеля стиль. В цьому матеріалі журналіст описує шкільний урок однієї сільської школи, на я кому ведеться бесіда вчителя з учнями щодо позитивних змін з приходом радянської влади. Також автор подає думки одного з хлопчаків, який радіє тому, що живе у безпечний час. Активно використовується пряма мова і діалоги. Загалом стаття є прикладом зображення позитивних змін, яка принесла радянська влада.

Аналітична стаття "Наука і практика" (Червоне Запоріжжя. – 1939. – 28 липня. – С. 3) є глибоким матеріалом. Автор, на основі проаналізованих фактів, пише про активний розвиток науки в Радянському союзі і успішне її використання на практиці. Микола Костянтинович наводить приклади вдалих експериментів з виведення нових сортів культурних рослин а також еволюції в гармонійному сполученні рільництва і тваринництва, що було на той час дуже актуальною і обговорюваною проблемою.

В матеріалі "На порозі учбового року" (Червоне Запоріжжя. – 1939. – 23 серпня. – С. 5) журналіст аналізує ступінь підготовки запорізьких навчальних закладів до нового навчального року. Пише про скарги, які є до вищого керівництва через брак фінансування. Гостро ставить проблему вчасного ремонту опалення. Подається аналіз устаткування гуртожитків і вечірніх шкіл.

Кореспонденція "Зайдіть завтра" (Червоне Запоріжжя. – 1939. – 12 вересня. – С. 2) розкриває особистість пана Базавлука, завідуючого Сталінським відділом Наросвіти. Микола Костянтинович з сарказмом пише про «постійну зайнятість» цього високопосадовця, який замість того, щоб вирішувати проблеми підготовки шкіл до нового навчального року, просить всіх відвідувачів з цього питання «зайти завтра». А наступного дня ситуація повторюється. Є коментар директора однієї з шкіл пана Левіна, який стверджує, що фінансово йому не допомогли, а ремонт довелося робити за рахунок батьків.

Ще один проблемний матеріал – "Історія з підручниками" (Червоне Запоріжжя. – 1939. – 20 вересня. – С. 3). Журналіст пише про погану підготовку керівних органів Запоріжжя та запорізької області до нового навчального року. Замість 150 тисяч підручників закуплено 7 тисяч, а до початку вересня залишалося 10 днів. Тому Микола Попель звертає увагу читачів на халатність працівників галузі освіти.

Вночі з 7 на 8 серпня 1941 року Миколу Попеля звинуватили у підготовці збройного повстання проти радянського уряду. Покарання, яке «просила» слідча група для підслідного було страшним – розстріл. Та ще понад сім місяців, виснажений голодом і моральними стражданнями, чекав запорізький

журналіст на вирішення своє долі. Нарешті, 4 липня 1942 р. Особлива нарада при НКВС СРСР постановила «Попеля Миколу Костянтиновича за участь у контрреволюційній націоналістичній організації ув'язнити до виправно-трудового табору строком на десять років, рахуючи строк з 8 серпня 1941 р.»

Проаналізувавши роботи Миколи Попеля, можна зробити висновок, що ця людина у своїй праці керувалася принципами об'єктивності і правдивості. Перший свій матеріал, ще навчаючись у школі, він написав заради закликання до пристойної поведінки його односельчан. Починаючи з такого першого кроку в журналістику, Микола Костянтинович і далі реагував на гострі проблемні теми, не боявся критикувати верхівки різних організацій задля досягнення справедливості. Найчастіше він писав репортажі, інтерв'ю та аналітичні кореспонденції. Працюючи в різних виданнях, журналіст зберігав свій стиль і громадянську позицію.

Своєю долею журналіст займався сам, ніхто йому не зміг допомогти. Від свого імені він писав листи Хрущову, з проханням переглянути його справу, з надією на реабілітацію. Сильна воля і терпимість дали свої результати. Але жорстокі події, які відбулися з ним залишили глибокий слід в душі Миколи Костянтиновича Попеля. Пізніше, він почав писати оповідання про життя політв'язнів в таборах, а матеріал для цього черпав зі своїх спогадів.

Література

1. Науменко І. Судили за думки // Реабілітовані історією. Запорізька область. – Запоріжжя, 2004. – Кн.1. – 487.
2. Науменко І. Судили за... думки // Запоріз. правда. – 2006. – 6 черв. – С. 2.
3. Науменко І. Століття – на його долонях // Суббота плюс. – 2001. – 29 березня – С.7.
4. Не погасити б свічку пам`яті: [Голодомор 1933 р.] // Запоріз. правда. – 1993. – 9, 10, 11вересня.
5. Піддубний А. Він бачив пекло // Спокута. – Запорожье, 1999. – Вип. 1. – С. 65-72.

**Дуйловська Дар'я**
студентка 5 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н, доц. Горбенко І.Ф.

## ПРОБЛЕМА КОНФІДЕНЦІЙНОСТІ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ДЖЕРЕЛ

Робота журналіста в першу чергу полягає у пошуку інформації та її носіїв. Останнім часом серед журналістів Україні дедалі актуальнішим стає питання збереження конфіденційності осіб, які співпрацюють зі ЗМІ.

В сучасному журналістикознавстві існує кілька визначень поняття «джерела інформації». Т. Шевченко пояснює його як людей, які передають інформацію журналістам. А. Інджиев пов'язує поняття джерела інформації із необхідністю вибудовувати журналістській матеріал згідно існуючої об'єктивної реальності. З. Вайшенберг називає посилання на джерела інформації гарантією точності та прозорості матеріалу. В. Іванов у масовокомунікаційному процесі відводить найголовніше місце саме джерелам

інформації. На переконання дослідника надійні джерела є передумовою того, що аудиторія повірить повідомленню та не ставитиметься до нього скептично.

Проаналізувавши думки науковців, ми створили власне визначення поняття журналістських джерел інформації. Джерела інформації – це об'єкт, який виступає інформатором журналіста про ці чи інші події, явища та процеси у житті, посилання на яких є запорукою успішності матеріалу. Журналіст може користуватися як документальними джерелами (документи, архіви, відео- та аудіо файли), та людськими (спеціалісти у галузі, учасники подій та зацікавлені особи). Наше дослідження присвячене проблемам роботи саме із людськими джерелами, зокрема – конфіденційності цих джерел.

В. Іванов зауважує, що посилання на джерела інформації є обов'язковими. На його думку авторитетність джерела визначає і цінність інформації. Проте в той же час науковець наголошує на тому, що журналіст має оберігати своє джерело інформації. «Для журналістів вважається абсолютно неприйнятним розкривати джерело інформації, якщо була домовленість про конфіденційність.

В роботі із джерелами журналіст має знати основні правила доступу до інформації, вміти встановлювати контакти. Перед початком роботи із людиною журналіст має в загальних рисах знати не тільки проблеми, а й різноманітні шляхи їх вирішення. Бесіда перед початком роботи допоможе скорегувати його точку зору, прикрасити майбутню публікацію вагомими доказами та фактами. Публікація без використання думок різних людей, складена тільки на базі оцінок автора, суттєво програє в читачів. Умовою вдалого збору фактів при роботі із людиною є можливість тонко відчувати настрій співрозмовника, швидко реагувати на зміни в ньому, вміння настійливо та в той же час тактично розвивати ледь помітну тему розмови, направляти його у потрібне русло, ставити точні та перспективні запитання з точки зору всієї розмови [4; 134].

На національному рівні проблему конфіденційності джерела ми простежили за допомогою аналізу газети «Коментарии». Серед обраних нами інформаційних тем, ми визначили такі, що найчастіше розкриваються без вказівок на джерело інформації. Це політика та політичні скандали, економіка та фінансові махінації, міжнародні відносини України та судові справи.

1. Політика та політичні скандали.

При висвітленні політичної теми неможливо обійтися без прихованих джерел. Це пов'язано із високими ризиками для осіб, що надають журналістові інформацію про перебіг подій у політичному світі. Ризики підвищуються, коли йдеться про родинні зв'язки перших облич держави та резонансні судові справи колишніх посадовців.

- «Как поведал «К:» информированный источник в облсовете, лоббистом принятия решений был не кто иной, как сын Президента Александр Янукович»; «По информации «К:» обиженные левые уже начали кучковаться вокруг многочисленных сторонников губернатора из Партии Регионов в облсовете» («На родине президента снова штормит», «Комментарии» від 17 червня 2011 року, №24);

- «Как сообщает источник, представляющий защиту Луценко, ждать решения Европейского суда по правам человека осталось недолго: до середины июля. Видимо, судебные действия пытались затянуть постоянными отводами судьи Сергея Вовка»; «По данням «К:» в данный список кроме следователей Генпрокуратуры, судей Киевского апеляционного суда включат загаданого заместителя главы Администрации Президента Украины, который якобы давал указания судьям» («Минюст выпорол сам себя» Комментарии» від 17 червня 2011 року, №24);

2. Економіка та фінансові махінації.

Великі гроші є ще однією темою, про яку хочеться говорити, але не хочеться розповідати. Саме тому, що інформацією у цій сфері володіють частіше за все особи, які також мають що приховувати. На наше переконання бажання приховати свою особу від загалу зумовлене саме страхом викриття та втратою статків.

- «Правда, как сообщил «К:» источник в «Укравтодоре» дорожники довольно быстро придумали, как они смогут достичь поставленных целей, - практически на всех объектах планируется провести не капитальный, а текущий ремонт»; «По информации наших источников в «Укравтодоре», вероятнее Вего кредит дадуть российские банки, в частности ВТБ. Остальные потенциальные кредиторы с оглядкой на сумму долга «Укравтодора» (порялка 20 млн) вряд ли согласятся на такой риск» («Азаров покритиковал себя и Януковича» від 17 червня 2011 року, №24 );

- «Как сообщили «К:» в одном из крупних банков, до сих пор удельный вес ппроблемных кредитов в швейцарских франках был гораздо ниже соответсвующих показателей по займам в доларах и евро. Это объясняется тем, что швейцарская валюта дальше сохраняет стабильность» («Франк подвел заемщиков» від 17 червня 2011 року, №24);

- «Источники «К:» говорят: система автоматического возмещения работает по-разному в отношении разных предпринимателей. «В любом случае, условия возмещения очень разные. Одним просто платят, другим производят зачет в сет налога на прибыль, - говорит визави «К»; «Как стало известно «К:» ряд отечественных агрохолдингов также не испытывают проблем с возмещением НДС»; «По данным «К:» Алексею Афанасьевичу несмотря на слухи пока не удалось договориться о возмещении причитающейся компенсации налога на добаленную стоимость в полном объеме» («Заводы встали в очередь за НДС» від 20 травня 2011 року №20);

3. Міжнародні відносини України.

При висвітленні питань взаємодії України із закордоном дуже часто залишаються не розкритими проблеми продажу української військової техніки країнам, що ведуть війни та військові операції (Лівія, Сірія, Грузія тощо). Дані проблеми є однією зі складових національної безпеки України, тому є дуже багато обмежень щодо висловлювань із цього приводу з боку поінформованих осіб.

- «Правда, как сообщил источник «К:» реализация єтого проекта возможна при условии, что в качестве інвестора вступит европейская сторона» («Європа ждет сигнала от Колесникова» від 17 червня 2011 року, №24);

- «Кроме конкуретного давления на украинскую оборонную промышленность такое доминирование Российской Федерации в сирийском импорте несет самую что ни на есть прямую угрозу Украине, потому что по неофициальным данным большинство российского оружия в Сирию идут транзитом через украинские порты» («Сирия подсунула нам свинью» від 17 червня 2011 року, №24);

Широке розповсюдження посилань на приховане джерело зумовлене насамперед людською психологією. Люди розповідають найбільш цікаві та важливі речі тільки тоді, коли можуть зробити це анонімно. Іноді вони керуються при цьому страхом перед звільненням з роботи, загрозою життю та здоров'ю. Одне із завдань журналіста – захистити своє джерело інформації від будь-якого виду небезпеки. Це не тільки високий моральний аспект роботи журналіста, а й передумова подальшої співпраці з тим чи іншим джерелом інформації. На практиці у багатьох випадках цими людьми є державні службовці, які повідомляють про зловживання та корупцію в органах влади. Так само це можуть бути інші люди, які з тих чи інших причин не бажають афішувати своє ім'я.

Слід сказати про те, що читач та дослідник може побачити, де приховане джерело інформації тільки, якщо журналіст використовує часткове посилання на нього. В разі, якщо інформатор побажав, щоб його жодним чином не було ідентифіковано у матеріалі, журналістові залишається публікувати тільки факти з розмитим посиланням на «достовірне джерело».

Українські медіа доволі часто користуються правом не розголошувати своє джерело інформації. Це дозволяє їм гарантувати безпеку та захист своїх інформаторів та підтримати професійні зв'язки для подальшого написання матеріалів. Однак ми схиляємося до думки, що розповсюдження посилань на приховані джерела є свідченням того, що свобода слова в Україні відсутня, адже компетентні особи відчувають загрозу своїй кар'єрі, життю та здоров'ю в разі публікації їхнього імені під тим чи іншим висловлюванням або інформацією, що вони надали її журналістові. В абсолютно демократичному суспільстві журналіст користується привілеями прихованого джерела в разі публікації фрагментів життя особі, коли вона не бажає розголошувати своє приватне життя (захист дітей, постраждалих від насилля осіб), а також у випадках, коли право стає обов'язком (заборона розголошення імені підсудного, неповнолітнього злочинця тощо). Всі інші думки та факти, отримані від людського виду джерел інформації у вільному суспільстві мають публікуватися із посилання на достовірне джерело інформації (прізвище та посада). Тільки за такої ситуації ми зможемо гідно назвати Україну демократичною державою, в якій панує закон та свобода слова.

Література

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика / З. Вайшенберг.– К. : Грамота, 2004. – 262 с.

2. Ворошилов В. Журналистика / СПб.: Изд-во Михайлова В. А. , 2000. – 360 с.
3. Инджиев А. Универсальний справочник начинающего журналиста. – Ростов н\Д: Феникс, 2007. – 496 с.
4. Журналістика в піарі та піар у журналістиці / упорядн. В. Ф. Іванов, О. С. Дудко. – К. : Грамота, 2010. – 288 с.
5. Шевченко Т. Захист журналістських джерел / http://media.parlament.org.ua/ss_analitics/action/article_detail/article_id/2267/

**Захарс Тетяна**
магістр факультету журналістики
Наук. кер.: к.пед.н., доц. Костюк В.В.

## ІМІДЖ ВЕДУЧОГО АЛЛИ МАЗУР В КОНТЕКСТІ ПІДСУМКОВОЇ ПРОГРАМИ

У режисерському ході будь-якої телевізійної програми образ ведучого є своєрідним поштовхом, якого не вистачає, аби «людина, що лежить на дивані, повністю віддалася екранній ілюзії» [8,с. 15]. Але при цьому варто не забувати, що потенційний глядач після перегляду підсумкового випуску новин має не лише зробити певні висновки, але і перейнятися проблемами держави, запропонувати шляхи їх розв’язання.

Образ ведучого підсумкової програми має гармонічно консолідуватися з іншими елементами режисерського задуму. Кінорежисер Р. Ширман переконаний у тому, що сьогодні телебачення в більшій мірі не настільки переймається якісною режисурою, через те, що програми робляться поспіхом. «Цікавий задум важко створити, якщо сам автор – людина нецікава» [8, с. 10].

На нашу думку, інформаційне наповнення телеканалу «1+1» є одним з найбільш вдалих, оскільки поєднує не лише розважальні, але і інформаційні та аналітично-інформаційні програми. Так, згідно Закону України «Про телебачення та радіомовлення» програмою є поєднання єдиною творчою концепцією сукупності передач, яка має постійну назву і транслюється телерадіоорганизацією за певною сіткою мовлення. Програма «ТСН – Тиждень» виходить щонеділі о 19.30 та продовжується протягом 42 хвилин. Впродовж одного випуску програма не перебивається рекламними блоками, а лише аносами сюжетів, які начитує ведуча Алла Мазур. При цьому дуже важливий іміджевий контекст випуску.

Історія терміну «імідж» досить недавня. Спочатку його використовували в комерційній рекламі для диференціації товарів, де він носив вузький зміст – характеристику «обличчя» (зовнішнього вигляду) товару. Активно вживатися «імідж», як поняття, почав із журналістської практики 60-х років, де його застосовували, перш за все, для акцентування уваги на сценічному образі поп-музикантів і на самому процесі зростання поп-музики з шоу. З розробкою нових методів організації зображальних компаній, імідж стали широко застосовувати і для диференціації суспільних та політичних лідерів, де окрім зовнішнього іміджу, набувала значення ще й харизматичність особи. На кінець

70-х років заговорили про імідж телеведучих, журналістів, акторів – усіх тих, хто в силу своїх занять часто з'являвся на публіці.

За твердженням відомого російського психолога моди М. Кілошенка, сьогодні важко дати однозначне адекватне визначення поняття «імідж», як і цілісної теоретичної концепції формування іміджу [5, с. 19].

В цілому створення іміджу відбувається в кількох напрямках:

– фізичний імідж (формується станом здоров'я, одягом, зачіскою, макіяжем);

– психологічний (характером, темпераментом, внутрішнім світом);

– соціальний (визначається роллю у суспільстві, поведінкою та комунікативними здібностями).

Імідж – цілеспрямовано формований (у т.ч ЗМІ) представницький образ будь-якої особи, явища, предмета, – зазначає Іван Мащенко, – для створення емоційно-психологічного впливу на населення з метою популяризації, реклами тощо» [6, с. 171].

У повсякденному користуванні "імідж" можна розуміти як:

– образ суб`єкта відносин, що виникають у процесі його комунікації;

– уявлення стосовно всього того, що є на телеекрані, яке виникає у свідомості людей під час телекомунікації;

– образ суб`єкта відносин, що виникають у процесі його комунікації;

– образ політика, депутата, діяча тощо;

– образ ведучого, коментатора, репортера при сприйнятті їх глядачами;

– думка про телевізійних персонажів (учасників передачі тощо);

– сприйняття передачі, програми, каналу [цит. за 1].

У перекладі з англійської «телеведучий» означає TVanchor —телевізійний якір [цит. за 1]. Етимологія поняття свідчить, що основною функцією телеведучого є утримування програми в заздалегідь визначених режисерських та авторських межах: тематичних, жанрових, часових тощо

Цю думку підтверджує В. Гоян, «Професійна діяльність ведучого телевізійної програми пов'язана, насамперед, з екранною творчістю. Тут враховується цілий ряд вимог, зокрема, щодо володіння усною мовою, навиків роботи з текстом (власним і підготовленим редактором), здатності комунікувати, також береться до уваги й телегенічність, вміння триматися перед камерою в прямому ефірі тощо. Якщо вдатися до аналізу кожної із перелічених вимог, то можна зробити висновок, що на телебаченні важливими є і професійні, й особистісні чинники, «стартові» дані яких упродовж своєї творчої кар'єри журналіст розвиває і вдосконалює» [3, с. 10].

Автор підручнику «Телерадиоэфир» Я. Засурський проголошує тезу про те, що «Журналіст-ведучий повернув колись втрачену особистісну визначенність, власне «я». Він ставав не просто провідником стратегічних цілей і ситуативних завдань певного джерела інформації, але і узяв на себе роль трактувальника, наставника життя для мільйонних мас» [4, с. 32]. Дозволимо собі частково не погодитися з цією думкою, адже роль наставника життя є досить ризикованною, і сьогодні вона не настільки актуальна, як була ще років десять тому. Психологічний клімат суспільства передбачає самоосвіту, а тих,

хто хоче навчати суспільство – їх активно не приймають та відсторонюють від себе.

Дослідник М. Андрущенко вказує: «Телеведучий з оригінальним іміджем може «заякорити» певний стан глядачів, що дає змогу за потреби викликати стійкий бажаний ефект в аудиторії. Надалі можна буде за допомогою телеведучого-якоря сприяти появі в глядача потрібних телеканалові емоцій у потрібний час. До арсеналу публічного «я» телеведучого мають входити такі досконало сформовані складники, як характер, інтелект, мова, голос, манера й стиль ведення програми, одяг, зачіска, макіяж тощо».

Марія Тер-Маркарян, прес-секретар марок Versace і Ferre, в свою чергу, підкреслює, що телепередача, особливо інформаційна, не повинна перетворюватися в модне дефіле: «Коли я дивлюсь новини, я не повинна розглядати рюші і брошки у стилі мексиканських серіалів. Я повинна побачити чарівну жінку і тут же забути про неї, коли вона почне говорити. Я хочу її слухати, а не розглядати» [цит. за 5, с. 93].

На думку В. Саппака: «немає більш хвилюючої зустрічі в кадрі, ніж з людиною без гриму. Оскільки об'єкт естетичного сприйняття –не «образ», а сама людина. Дослідник переконує в тому, що телебачення і тоді мало потребу в особистостях, індивідуальностях, «через які можна дізнатися про час, що народило їх» [ цит 4, с. 57].

Питання гендерних відміностей в іміджі є науково актуальним. Головна різниця в процесі формування іміджу, на думку М. Кілошенка, обумовлена саме в тому, що жінки хочуть подобатися, а чоловіки – справити враження [4, с. 88-89]. Відповідно, концепції створення іміджу для жінок та чоловіків відрізняються.

Харизма з грецької мови перекладається як "притягувати увагу" і походить від слова "харити", яким у давньогрецькій міфології йменувалися три богині краси та вишуканості. Ще у Давній Греції люди, які володіли харизматичними якостями, вважалися улюбленцями Богів, котрі допомагали своїм обранцям досягати незвичайних успіхів. Отже, харизму можна розуміти як:

А) Божий дар;

Б) виняткову обдарованість, що проявляється у лідерстві;

В) потужно-енергетичний магнетизм, притягування до себе людей [2].

Безперечно, що харизматичні люди є винятково іміджеві, бо їхній імідж – це емоційно забарвлений образ будь-кого/будь-чого, який сформований у масовій свідомості і має характер стереотипу .

Р. Полборн зауважував, що «імідж телеведучого — також своєрідна частина міфологічного світогляду аудиторії. Проте масова аудиторія може добре сприйняти тільки той образ ведучого, що репрезентований їй у найбільш яскравих характеристиках, коли він володіє достаньою кількістю конкретного матеріалу, з якого вона може вибрати те, що їй найзрозуміліше і найближче [цит за 1].

Досить часто індивідуальний стиль, в одязі зокрема, визначають як «імідж» або «візуальний імідж», тобто створюється ефект оцінювання

зовнішніх якостей. Однак, візуальний імідж розпізнається оточуючими першим, ніж інші якості комуніканта. Згодом до першого враження додається характер, обумовлений стилем, темперамент, спосіб спілкування та поведінки – індивідуальні риси, характеристики особистості [5, с. 119].

О. Роднянський зазначив: «Ведучий… Для нас це питання принципове. Зокрема, я вважаю найбільшим успіхом те, що «1+1» сформувала команду особистостей, до яких всерйоз почало ставитися українське населення. Ми не створюємо ілюзій, що стати ведучим дуже легко. Для цього треба повчитися і щось зрозуміти про життя і про себе, а потім почати розмовляти з людьми так, щоб їм було це цікаво» [7, с. 206].

Образ Алли Мазур на українському телебаченні формується вже 18 років, тому можемо говорити про штучну природу створення позитивного варіанту сприйняття, з них – 15 років в інформаційній редакції каналу «Студія 1+1».

У ході дослідження, приходимо до думки, що існує певний стереотип, який виділяє сьогодні сучасну за своїми життєвими принципами телеведучу – це оригінальність, нестандартність мислення, особливість світосприйняття та еклектичність у контексті цілісного випуску підсумкової програми. Імідж формується протягом довгого часу і має співпадати з авторською концепцією екранного твору. Таким чином імідж Алли Мазур можна вважати не лише особистою заслугою ведучого, але і грунтовною роботою над вдалим образом самої особистості, іміджмейкерів, яка підкорегована корпоративним стилем та етикою каналу та програми

Література

1. Андрющенко М. Ю. Роль ведучого у творенні ефективної телекомунікації [Електронний ресурс] // Наукові записки Інституту журналістики [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzizh/2011_43] – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzizh/2011_43/Andryusc.pdf (25. 06. 2012). – Назва з екрану.
2. Бугрим В. В. Комунікативно-технологічні матриці побудови ефективного іміджу [Електронний ресурс] // Електронна бібліотека Інституту журналістики : [http://journlib.univ.kiev.ua] / В. В. Бугрим. – Режим доступу: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1970 – Заголовок з екрану.
3. Гоян В.В. Інформаційна телевізійна програма: типологічна характеристика, параметри діяльності журналіста : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / Віта Володимирівна Гоян; Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. – К., 1999. – 19 с.
4. Засурский Я.Н. Телерадиоэфир: История и современность / Я. Н. Засурский – М.: Аспект Пресс, 2005. – 239 с.
5. Килошенко М.И. Психология моды: Учеб. Пособие для вузов/ М.И. Килошенко.– 2-е изд., испр. – М.: Издательство Оникс, 2006. – 320 с.
6. Мащенко І. Г. Енциклопедія електронних мас-медіа. У 2 т. Том другий: Термінологічний словник основних понять і виразів: телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо / І. Г. Мащенко. – Запоріжжя: Дике Поле, 2006. – 512 с.

7. Мащенко І. Г Лики і лиця телерадіопростору / І. Г. Мащенко – К.: ГО «Українська Медіа Спілка», 2003, – 400 с., іл.
8. Ширман Р. Н. Телевізійна режисура. Майстер-клас / Роман Натанович Ширман Виробничо-практичне видання. – К.: ЗАТ «Телерадіокур'єр», 2004, – 200с., іл.

**Кияшко Ю.П.**
аспірант, Класичний приватний університет
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Пенчук І.Л.

## ТЕРМІНОЛОГІЧНІ КОНЦЕПТИ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: АНАЛІЗ ДЕФІНІЦІЇ «ВІДЕОРЯД» В КОНТЕКСТІ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Вивчення проблем телевізійного виробництва, зокрема специфіки створення відеозображення на телебаченні бере свій початок з часів перших спроб відтворити і зафіксувати реальний світ у вигляді рухомих зображень. В умовах стрімкого розвитку технічних засобів масової комунікації і інформаційних технологій цей історично динамічний процес відзначається актуальністю в сучасному світі. Науковці і практики телеіндустрії продовжують присвячувати свої праці феномену телебачення, приділяючи багато уваги технологічному процесу створення відеопродукту.

Вже більше, ніж століття, починаючи із перших спроб отримати й вдосконалити відеозображення, діячі кінематографу, творці перших документальних хронік, сучасні фахівці й науковці телевізійної журналістики викладають основні ідеї щодо природи і специфіки телебачення, як у теоретичних доробках, так і у практичних рекомендаціях. Великий пласт літератури з обраної тематики дослідження як українських [4, 5, 8, 14], російських [2, 7, 13, 17] так і зарубіжних авторів [1, 9, 15] свідчить про живий інтерес до різних напрямків вивчення телевізійного виробництва. Проте технічний процес і умови глобалізації світового простору відкривають все нові, донині неопрацьовані дослідниками, аспекти вивчення телевізійної журналістики.

Процес формування чіткого термінологічного апарату в галузі журналістикознавства, тележурналістики зокрема залишає ще неопрацьовані дослідниками аспекти для вивчення.

Проблему термінологічних концептів на телебаченні порушує українська дослідниця В. Гоян, яка закликає «активізувати дії українських учених для створення концептуальної стратегії дослідження сучасного телебачення, що постає перед журналістикознавцями як потужний, впливовий засіб масової комунікації, як інтерактивний спосіб інформування й розваг, так і як вид аудіовізуальної творчості, що здатний завдяки своїй багатофункціональній природі й специфіці охопити неймовірну за масштабами аудиторію» [4].

Українська дослідниця О. Щербакова також наголошує на проблемі недостатньої уваги з боку дослідників телебачення до систематизованої термінологічної бази і наголошує на тому, що «аудіовізуальна площина

категоріального апарату сучасного масово інформаційного простору й досі залишається поза прискіпливою увагою українських і зарубіжних фахівців-медіологів» [16, с. 42].

Поняття «відеоряд» широко застосовується під час вивчення телевізійної журналістики. Дослідники оперують цим терміном як одним із ключових у галузі телебачення. Проте нерідко значення цього поняття додатково не пояснюється, оскільки вважається цілком зрозумілим відповідно до контексту запропонованої тематики. Аналіз історіографії цього питання свідчить про глибший інтерес до тлумачення поняття «відеоряду» у контексті вивчення феномену телебачення як технічного засобу передачі інформації. Таким чином, критичний аналіз літератури доводить, що в наукових розвідках з гуманітарного циклу використання терміну «відеоряд», а також синонімічної лінійки цього поняття (як-от: відеоматеріал, відеозображення) потребує детального вивчення й обґрунтування. Розвідки, які використовуємо як базові у вивченні зазначеної проблеми належать таким дослідникам, як І. Мащенко [8], В. Єгоров [6], З. Дмитровський [5], Ю. Шаповал [14], К. Гаврилов [3], та ін.

Окрім праць зазначених авторів, звертаємось до видань словниково-довідникового характеру. В українській мові іменник відеоряд складається з двох частин: відео- (від лат. video – дивлюсь, бачу) і – ряд(один повз одного, один за одним, один біля одного, в одну лінію) [12].

Словник іншомовних слів за ред. О. Мельничука містить таке тлумачення слова: «Відео... (від лат. video – дивлюсь, бачу) – в складних словах вказує на приналежність поняття до зображення телевізійних, радіолокаційних та інших складних електричних сигналів на екрані електроннопроменевої трубки» [10].

У тлумачному словнику української мови поняття «відеоряд» пояснюється як зображення на екрані (звичайно без звукового супроводження) [12].

Дещо відмінне тлумачення зустрічаємо у словнику іншомовних слів російської мови, де поняття «відеоряд» пояснюється як (лат. video – дивлюсь + ряд) – зображення на телеекрані, що супроводжує який-небудь текст, «картинка» [11, с. 190].

Як бачимо, у різних джерелах зафіксовано неоднозначні трактування поняття «відеоряд», або складової цього терміну «відео-». Дослідники застосовують це поняття, спираючись на традиційне розуміння терміну, що не потребує тлумачення. Одним із основних критеріїв якості телепередачі В. Егоров відзначає «застосування художніх прийомів, естетично обумовлене поєднанням виражальних, зображальних засобів – слова, *відеоряду*, музики, шумів» [6]. Однак самого визначення «відеоряд» у словнику не знаходимо.

Проте деякі автори формулюють власні дефініції, намагаючись вийти за межі стандартів і розширити термінологічну базу телевізійної журналістики, удосконалити й уточнити зміст використання термінів у власних дослідженнях. Наприклад, поняття «відео» дослідник телевізійник А. Яковець пояснює як відносно самостійну форму творчості й поширення відеопродукції [18, с. 158]. Російський дослідник К. Гаврилов подає таке визначення: «Відеоряд – вся сукупність монтажних планів, які репортер показує в сюжеті. Все, що зняла на

виїзді камера телевізійного журналістського комплексу, а згодом змонтував і видав у ефір репортер, вважається відеорядом» [3].

Отже, здійснивши аналіз термінологічної бази в галузі виробництва телевізійного продукту, підсумовуємо, що сучасний етап вивчення процесу створення відео в інформаційному телепросторі належить до малодосліджених напрямків у журналістикознавстві і має міждисциплінарний характер. Термінологічна база обраного аспекту дослідження базується на усталених поняттях із кінематографічної галузі.

Варто зазначити, що у розумінні терміну «відеоряд», важливо усвідомлювати, про який етап виробничого процесу на телебаченні йдеться: відеоряд як результат відеозйомки (процес фіксації відео на камеру) або відеоряд як результат монтажу (процес обробки відзнятого відео).

Отже, дослідивши термінологічну базу вже існуючих термінів, а також усвідомивши контекст використання поняття у журналістикознавстві, висуваємо власне тлумачення цього терміну і вважаємо, що відеоряд – це сукупність послідовно відзнятих відеокадрів на камеру й розташованих у певній послідовності після обробки відеоматеріалу (монтажу).

Література

1. Бойд Е. Ефірна журналістика. Технологія виробництва ефірних новин / Е. Бойд. – К. : Київська типографія, 2007. – 429 с.
2. Борецкий Р. Беседы об историителевидения / Р.А. Борецкий. – М. : Издательство Икар, 2011. – 178 с.
3. Гаврилов К. В. Как делать сюжет новостей и стать медиатворцом / [Электронный ресурс] / К. В. Гаврилов. – М. : Амфора, 2007. – 304 с. – Режим доступа: http://www.koob.ru/gavrilov_k/
4. Гоян В. Термінологічні концепти телебачення в сучасній теорії журналістики: роздуми й коментарі. [Электронный ресурс] / В. Гоян // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2006. – Т. 25. – С. 179-183. – Режим доступа: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2176
5. Дмитровський З. Є. Термінологія зображальних засобів масової комунікації. Довідкове видання. – Л. : ВЦ ЛНУ ім. Івана Франка, 2004.
6. Егоров В. Терминологический словарь телевидения. Основные понятия и комментарии. [Электронный ресурс] / В. Егоров – М. : Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания ФСТР, 1997. – 92 с. – Режим доступа: http://www.zipsites.ru/books/terminolog_slovar_televid
7. Кузнезов Г. Телевизионная журналистика / Г. Кузнецов, В. Цвик, А. Юровский. – М. :Высш. школа, 2002. – 378 с.
8. Мащенко І. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. / І. Мащенко. – Запоріжжя : Дике поле, 2006. – Том другий: Термінологічний словник основних понять і виразів: телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо. – 512 с.
9. Миллерсон Дж. Технология телевизионного производства / Джеральд Миллерсон. – М. : Искусство, 1971. – 372 с.
10. Словник іншомовних слів [Электронный ресурс] / [ред. О. С. Мельничук]. – Київ : Головна редакція УРЕ, 1974. – 775 с. – Режим доступа: http://ukrajintsine.narod.ru/slovnyk_meln/slova/ve.htm

11.Словарь иностранных слов [авт.-сост. Н. Г. Комлев]. – М. : Эксмо-пресс, 2000. – 1160 с.
12.Тлумачний словник української мови. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: uktdic.appspot.com
13.Цвик Л. В. Украинское телевидение: опыт, практика, проблемы / Валерий Леонидович Цвик. – К. : Мистецтво, 1985. – 186 с.
14.Шаповал Ю. Изобразительная журналистика / Ю. Г. Шаповал. – Л. : Вища школа, 1988. – 173 с.
15.Уорд П. Композиииия кадра в кино и на телевидении / П. Уорд. – М. : ГИТР, 2005. – 196 с.
16.Щербакова О. Дослідження джерельної бази «аудіовізуальних» термінів і понять науково-методичної площини масвокомунікаційного простору (спеціалізований огляд) / О. Щербакова // Вісник Київського національного університету ім. Т.Г. Шевченка. – Вип. 16. – 2008. – С. 42-47.
17.Юровский А. Телевидение – поиски и решения: Очерки истории и теории советской тележурналистики / А. Я. Юровский. – М. : Искусство, 1983. –215 с.
18.Яковець А. Телевізійна журналістика: теорія і практика / А. Яковець. – К. : Києво-Могилянська академія, 2007. – 240 с.

**Клименко Крістіна**
студентка 6 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доцент Костюк В.В.

## ЕКОНОМІЧНА ЖУРНАЛІСТИКА: ПОНЯТТЯ, ДОСЛІДЖЕННЯ, ПРЕСПЕКТИВИ

Україна – держава з нестабільною політичною та економічною ситуацією, яка перебуває під потужним впливом провокованих конфліктогенних процесів. Телебачення в свою чергу, є могутньою силою впливу на свідомість людей, засобом оперативного повідомлення інформації в різні куточки світу, найбільш ефективний засобом впливу на емоції людини, здатний переконувати реципієнта. Особливо чітко це виявляється в електронних ЗМІ. В міру розширення технічних можливостей їхня роль зростає. А за емоційним впливом на почуття і свідомість людей вони залишаються поки неперевершеними і збирають найбільшу аудиторію.

Очевидно також, що місце і роль ділової журналістики в суспільстві не є константою. Специфіка економічного середовища, рівня ділових взаємин визначає структуру, функції та роль бізнес-телебачення в суспільстві. Як підсумок, у країнах з різними типами господарювання, іншим рівнем проникнення бізнес-відносин в життя суспільства, різною діловою культурою формуються нові моделі функціонування ділового телебачення. Висвітленням економічної тематики займається ділова журналістика. Однак специфіка функціонування ділової журналістики на сьогодні недостатньо опрацьована. У деяких країнах (Велика Британія, США, Німеччина) форми і механізми роботи ділової журналістики вже сформовані, хоча це зовсім не виключає виникнення складних питань, що вимагають теоретичного осмислення і практичної

апробації. В той же час в державах, що переходять до ринкової економіки, нині активно адаптують прийняті в західних країнах форми господарювання, може з'явитися ряд складнощів в розробці оптимальних механізмів функціонування інституту ділового телебаченя. Питання виникають як при розробці теоретичних основ функціонування бізнес-ЗМІ, так і при практичному їх застосуванні. Наприклад, в Україні практикам журналістики довелося з нуля створювати і згодом апробовувати методики роботи з діловою інформацією (її збору, обробки, інтерпретації і верифікації), взаємодії з джерелами даних, визначати і впроваджувати етичні основи діяльності журналістів, що працюють в ділових засобах масової інформації. Перед власниками і менеджерами засобів масової інформації стояли інші завдання – розробити і застосовувати оптимальні способи створення і просування інформаційного продукту (ділових ЗМІ).

В останнії час розв'язанням цієї проблеми займались такі дослідники: А.Єременко, Б.Місоножніков, Д.Нечаев, Д. Шевчук, З.Вайшенберг, Е.Мордовська, Ш.Нугожина. .

Як відомо, журналістика отримує свою ідентичність насамперед завдяки тому, що вона постачає теми для медійної комунікації [1. 58]. Така логіка для економічної журналістики сприяє висвітленню спектру тем. На думку Юргена Гайнріха, до тем економічної журналістики належать такі:

- система економіки та економічної політики, в якій приймаються та реалізуються рішення щодо розподілу ресурсів, виробництва, розповсюдження, споживання та накопичення майна в грошовій площині реальної політики;

- економічна теорія, індивідуальний та/або суспільний аналіз витрат ефективності в інших підсистемах (напр.. охорона здоров'я, освіта, дозвілля чи культура);

- економічний вплив результатів і заходів інших систем (напр.. охорона навколишнього середовища) [1.35].

Отже, економічною журналістикою є багато чого з того, що виходить в ефір телеканалів, навіть якщо це вміщено не в економічну рубрику. Саме таким чином враховано поширену редакційну практику, коли теми економічної політики, залежно від тематичної пропозиції окремих відділів чи організаційної приналежності авторів, розміщується або в політичному, або в економічному розділі. Економічна журналістика в такому значенні функціонує в усіх засобах масової комунікації.

З поведінкою ділової журналістики в часи біржового буму кінця 90-х років пов'язана також її критика з боку економістів, промисловців, бізнесменів, біржевих агентів. Таку критику підтримували Петер Ґлотц і Вольфанг Ланґенбухер. Тому вони представили економічну тематику у вигляді п'яти незмінних тез:

- економічним питанням у більшості телеканалів відводиться занадто мало місця;

- уся економічна публіцистика часто призначення для адвокатів, біржових гравців і власників акцій; вона орієнтована майже виключно на виробничу сферу;

- інформаційні потреби більшої частини глядачів залишаються незадоволеними: дуже мало уваги приділяється питанням споживача;

- жодна інша рубрика на телебаченні не оформлена настільки невинахідливо, як економічна рубрика;

- економічні журналісти дуже рідко піклуються про розтлумачення фахової мови [5.16].

Критика, що виникла після біржового буму 90-х років, має інший характер. Вона виходить із того, що економічна журналістика протягом трьох років буму занадто сильно розуміла себе як консультанта реципієнтів, але насправді у цій консультаційній діяльності ставала «прислужницею» банків[5.87]. Томас Шустер пояснив цю проблему колективною відчутністю відчуття дистанції та звинуватив економічну журналістику в тому, що вона посприяла нераціональній масовій поведінці [2.38].

Результати емпіричних досліджень сприйняття частково виправдовують таку критику. Вони із незначними відхиленнями, завжди були однаковими: близько 60% глядачів цікавляться економічними питаннями, але лише третина глядачів регіональних каналів регулярно дивиться економічну рубрику. Така частотність перегляду економічних рубрик лише неістотним чином зросла за останні десятиліття; за цим показником економічна рубрика значно поступається повідомленнями про місцеві події чи політичній інформації [3. 187].

Вже зараз помітно, що економічна журналістика буде надалі все більше звертатися до тем споживачів. Однак це жодним чином не пов’язано з відмовою від традиційних тем.

У житті кожної людини, групи осіб, суспільств, держав економічні проблеми – від щоденного споживання до глобальних макроекономічних – посідають одне з чільних місць. Тому мас-медіа мають відповідним чином реагувати на економічні зміни в країні, висвітлювати поточні події, прогнозувати їх можливий розвиток, давати ясні і точні пояснення того, що відбувається. У світі існує практика спеціалізованих телеканалів, які мають за мету висвітлювати економічні проблеми під різними кутами зору.

Українське телебачення живе за іншими економічними, податковими, політичними стандартами, ніж світове. Для України проблема керованості телеканалів є надто болючою. Іншою перешкодою існуванню якісного телевізійного продукту залишається проблема бідності телеканалів. Відтак канали ніби приречені віддаватися в заставу до «грошових мішків» та виконувати їхні забаганки [4.134].

На шляху до демократичного суспільства Україна самостійно має визначитися із пріоритетами в економічній сфері. Адже відомо, що немає чистої економіки без політики, як і політики — без економічних інтересів.

Нині перед українськими спеціалізованими економічними телеканалами стоїть низка завдань. Серед них і такі:

- забезпечення економічної і політичної стабільності країни;

- зменшення показників безробіття та злочинності;

- приділення більшої уваги захисту прав людини;

- покращення інвестиційного клімату;

- гармонізація чинного українського законодавства до стандартів ЄС;

- позбавлення українців від залишків радянської ідеології, яка наклала руйнівний відбиток на наш менталітет, та формування європейської свідомості громадян;

- відродження духовності, української культури і мови;

- забезпечення широкої народної підтримки обраного курсу [2.145].

Одна з найважливіших сфер діяльності, що привертає увагу ЗМІ – економіка. Економічний аналіз на телебаченняі може бути представлений різними його видами, серед яких провідне місце займають загальноекономічний, фінансовий і виробничо-технічний аналіз.

Наявність в Україні напіввільного медіапростору породжує напіввільне функціонування самих ЗМІ. Економічні телеканали в Україні лише починають розвиватися. Нині вони не є масовими і популярними. Аудиторія економічно спрямованих телеканалів є досить вузькоспеціалізованою: бізнесмени, підприємці, науковці економічної сфери [6.201].

Ринкове господарство повинно будуватися для блага кожної людини, її сім'ї. Зростання добробуту людини неможливе, якщо їй не надана елементарна свобода дій, тобто свобода підприємництва, свобода вибору місця роботи і місця проживання тощо. Усі ці свободи носять економічний характер, але економічна свобода може існувати лише за наявності свободи політичної. Тому ефективнішою економіка може бути лише в демократичній державі.

Однією з основних умов існування справді демократичного ладу є наявність вільного ТБ як каталізатора суспільних процесів і поступового розвитку держави.

Література


1. Шевчук Д. Экономическая журналистика : [учебное пособие] / Д. Шевчук. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2006. – 568 с.
2. Аналитические жанры газеты. Хрестоматия / В. Д. Пельт, М. З. Тузова. – М.: Издательство МГУ, 1989. – 437 с.
3. Ворошилов В. Журналистика: [учеб.] / В. Ворошилов. – СПб. гос. ун-т. Факультет журналистики. – 4-е изд. – СПб. : Издательство Михайлова В. А., 2002. – 656 с.
4. Ким М. Жанры современной журналистики / М. Ким. – СПб. : Издательство Михайлова В. А., 2004. – 336 с.
5. Журналістика медіа : [довідник] / Зігфрід Вайшенберг З., Г. Й. Кляйнштойбер, Б. Пьорксен ; перекл. з нім. П. Демешко та К. Макаєєв; [заг. ред В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк]. – К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. – 529 с.
6. Москаленко А. Теорія журналістики : [навчальний посібник] / А. Москаленко. – К. : Експрес-об'ява, 2002. – 336 с.

**Коваленко Павло**
студент 6 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доцент Тяпкіна Н.І.

## ВІЗУАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МУЗИЧНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ: УКРАЇНСЬКИЙ ТА БРИТАНСЬКИЙ ВАРІАНТИ

Інтернет надає можливість не просто пасивно сприймати інформацію, але й бути безпосереднім учасником її оберту. Ці властивості розширилися із появою Web 2.0, де користувач може коментувати, створювати співтовариства, індивідуально налаштовувати сайт, створювати персональну зону (особисті файли, зображення, відео, блоги). Це явище розширило і можливості журналістики, сформувало принципово нові риси професійної орієнтації.

Зараз активно розповсюджується практика того, що будь-яке видання, яке існує у класичному вигляді (газета, телеканал, радіостанція), може мати власний сайт, на якому новин значно більше, ніж у друкованому (відео, аудіо) варіанті.

Так, останнім часом практикується те, що редакції друкованих видань мають власних операторів, які готують відео – новини саме для інтернет-сторінок. Прикладом таких видань є журнал «Кореспондент» зі своєю офіційною сторінкою (www.korrespondent.net) та сторінка новинної агенції «ТСН» на телеканалі «1+1» (www.tsn.ua).

Ну і, звичайно, що Інтернет взагалі має такі особливості, які вкрай необхідні для сучасного ЗМІ – мультимедійність, візуалізація, інтерактивність та відносно невеликі ціни на доступ до мережі.

Зазначимо, що в інернет-журналістиці окремо знаходяться фахові видання. Так, за даними пошуковика «bigmir)net» до найбільш відвідуваних ресурсів Інтернету, крім загальних «Кореспондента» та «LB.Ua» (www.lb.ua), відносяться також портали «Кинопоиск.Ру» (www.kinopoisk.ru), «Футбол» (www.football.ua), «Last.Fm» (www.lastfm.ru) та інші. Це засвідчує зацікавленість у галузевій журналістиці. Саме тому тема, так званих нішових видань, а конкретно музичних, є актуальною.

За даними опитування, проведеними Інститутом соціальної та політичної психології НАПН України, молодь (від 14 до 25 років) на перше місце у своєму дозвіллі ставить музику, причому, як її безпосереднє прослуховування, так і зацікавленість у подіях музичного світу: новини, особисте життя музикантів, участь їх у різноманітних проектах. Музика залишила позаду навіть спілкування в соціальних мережах, прослуховування її може відбуватися паралельно із роботою в них.

Вітчизняний медіа-ринок, що подає музичні новини, має свої певні особливості у порівнянні із зразками зарубіжної журналістики. Ми порівняли передові українські музичні портали, зокрема «FDR» (www.fdr.com.ua), «@Music» (www.music.com.ua) та «Магнитофон» (www.magnitofon.com.ua), із найкращими зразками британських музичних онлайн-видань, а саме «NME»

(www.nme.com), «Classic Rock» (www.classicrockmagazine.com) та «musicOMH» (www.musicomh.com).

Ці сайти були обрані нами з певних причин. По-перше, ми керувалися кількістю щоденних відвідувачів на цих порталах. По-друге, відсоток повторення та дублювання новин з цих видань на інших порталах із посиланнями на оригінал. По-третє, відомість бренду цих ЗМІ, впізнаваність їх серед аудиторії.

Але є і інші критерії. Кожен з цих сайтів має різноманітну структура та формально-змістове наповнення, тобто, різноманітний контент.

Так, портал «FDR» є не тільки новинним сайтом, але й виробником власних музичних радіо-програм, чартів, реклами тощо. Тобто, він не є ЗМІ у чистому вигляді, музичні новини лише складають певний відсоток усього контенту.

Портал «@Music» є, напевно, найбільш популярним серед меломанів українським ресурсом (про це говорять рейтинги «I.UA» (www.i.ua) та «bigmir)net»). Він входе у склад «U.A. Inter Media Group Limited» та має велику, як для музичного порталу, підтримку. Найбільший рівень оновлення інформації, інтерв'ю із зірками першої величини та активне просування бренду у якості інформаційної підтримки роблять для сайту рейтинги.

Портал актуальної музики «Магнитофон» з'явився відносно нещодавно (вересень 2011-го), але за цей короткий термін зумів знайти свою аудиторію. Основний контент сайту – це музичні новини з України, СНД і світу, майже щоденне оновлення їх, навіть на вихідних. В останній час активізувалися також рубрики «Рецензії» та «Інтерв'ю», що засвідчує про розвиток порталу. Редакція сайту займається суто музичними новинами та авторськими рецензіями, звітами, фото звітами тощо.

Стосовно вибору британських порталів, то тут на вибір, крім вище зазначених факторів, вплинуло те, що «NME» та «Classic Rock» є не тільки музичними порталами. Це одні із найвідоміших друкованих видань Європи, які мають свої власні інтернет-ресурси. Причому сайт «Classic Rock», як власне і оригінальний журнал, фокусуються на певному жанрі музики, а саме – року. Ресурс «NME» є більш різноплановим за музичною палітрою. Про авторитетність цього видання говорить і премія «NME Awards», яка видається з 1953 року (майже з часу виникнення видання) не рахуючи перерву з 1971 по 1994 роки. Вона вважається однією з найавторитетніших, а отримання її свідчить про високу оцінку роботи музикантів.

Якщо два попередньо вказані британські портали у своєму контенті роблять ставку на більш широку територію, то портал «musicOMH» зосереджується саме на музичних новинах Великобританії. Звичайно, це забирає у сайту певну частину аудиторії, проте британська музика вважається однією з найпопулярніших у Європі, тому рейтинги сайту теж доволі великі. Тобто, як ми бачимо, кожне з цих видань є по особливому унікальним, навіть у контексті своєї країни.

Розглянемо візуальну складову зазначених сайтів, тобто оформлення. Головною різницею є те, що британські сайти, як і більшість зарубіжних

музичних видань взагалі, використовують у кольоровій гамі світлі кольори: білий, світло-сірий, як основні та червоний, помаранчевий та жовтий як додаткові (текст, назви, посилання, рубрикації). Виключенням тут є портал журналу «Classic Rock», але цьому є пояснення. Навіть у назві цього видання є орієнтація на поціновувачів рок-музики. Як відомо, рокери, як субкультура, використовують темні кольори, зокрема чорний, що і мотивує оформлення цього ресурсу – чорний фон із білою середньої вставкою. У цьому плані видання нагадує гаму порталу «Магнитофон», де також використовується такий принцип оформлення. Але, якщо український портал як додатковий використовує зелений колір (у логотипі), то британське видання знову ж таки, апелюючи до рок-культури додатковим кольором робить червоний – колір протесту та непокори.

Українські ж видання більше тяжіють до використання інших кольорів, окрім класичного чорно-білого. Так, портал «FDR» своїм фірмовим визнає поєднання білого та зеленого, а «@Music» взагалі використовує сірий, білий, помаранчевий, жовтий, синій та блакитний. Така, здавалось би, перенасичена кольорами сторінка мала би бути незручною під час перегляду, але ці кольори вдало поєднанні за групами у кожні частині сторінки: помаранчевий та жовтий справа, на рубриках; а синій з блакитним, відповідно, зліва. Помаранчевий використано в логотипі. Крім цього, це видання має ще одну особливість – права частина повністю виконана сірим кольором та не має жодної інформації. Тобто, по суті, половина інтернет-сторінки не використовується.

Також, одразу помітно, що українські видання («FDR» та «Магнитофон») використовують так звані рубрики, що «випливають» (при наведенні на певну рубрику курсором, з'являється підрубрика). У практиці західних видань це використовується менш активно, у обраних нами порталах, вона взагалі відсутня.

Також помітно, що британські видання роблять більший акцент на розкрутку бренду за допомогою соціальних мереж. Так, портали «NME» та «musicOMH» надають можливість зв'язку за допомогою «Facebook» (www.facebook.com), «Twitter» (www.twitter.com), «YouTube» (www.youtube.com) тощо. На українських виданнях така можливість є лише на сайті «Магнитофон», який «прив'язаний» до тих же «Facebook», «Twitter» та соціальної мережі «Вконтакте» (www.vk.com).

Також всі три вище зазначені портали мають слайд-шоу, тобто рухоме переміщення слайдів із фотографіями, які супроводжують останні новини. Інші українські видання, крім «Магнитофону», цю опцію не використовують.

Щодо розмірів використовуваних зображень, то тут, знову ж таки, в українських виданнях більше невеликих зображень, які не відволікають від тексту. А у британських ЗМІ фотографії робляться більшими і, як правило, переважають портретні зображення. Для музичної журналістики є доволі специфічним жанром, бо як правило, використовуються сесійні знімки, тобто світлини, які музиканти роблять під час фотосесій. Їх використання пояснюється тим, що така фотографія у читача викликає одразу глибші

емоції та асоціативні почуття, ніж, наприклад, зроблена на концерті. А по-друге, у відносно невеликому розмірі фото, запропонованого сайтом, значно зручніше та доречніше використати зображення, де чітко видно головну персону.

Рівномірно, як в українських, так і в британських он-лайн ЗМІ, використовуються на головних сторінках пошуковики по сайту. Вони існують для зручності перебування на порталі та знаходження інформації, цікавої конкретному читачеві. Оформлюються вони в елементарне вікно із кнопкою пошуку справа, чи знизу. На всіх розглянутих нами сайтах така функція є присутньою.

Також можна виділити окремо рекламу на сайтах. Українські видання тяжіють до її використання на головних сторінках. Здебільшого зустрічаються банери та афіші, які необхідні порталам для акредитації. У Великобританії цей елемент візуального додатку не розповсюджений. Використовується хіба що реклама власної продукції (для сайтів «NME» та «Classic Rock» реклама друкованих версій видань) та, іноді, за підтримки виконавців, посилання на он-лайн магазини із діджитал-версіями пісень чи альбомів.

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що українські музичні портали та британські аналоги мають різну орієнтацію на візуальне оформлення брендового стилю сайту. Українські видання активно використають різні кольори, намагаючись за рахунок цього зробити перегляд новин не тільки корисним, але й візуально приємним. Акцент же у британських ресурсів робиться на інформацію, але підтриману якісним зображенням середнього розміру. Англійські ЗМІ використовують більше білого кольору, що свідчить про славнозвісний британський консерватизм, українські ж сайти, намагаються, навпаки, оформлення зробити більше яскравим.

Література

1. Артамонова І.М. Жанри онлайнової журналістики / І.М. Артамонова // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – Серия «Филология. Социальная коммуникация». – 2008. – №1. – С.302-309.
2. Кашуба Г. Українські інтернет-видання: комунікативно-лінгвістичні та правові аспекти / Г.Кашуба // Вісник Львівського університету. Серія журналістики. – 2004. – Вип. 25. – С. 474-480.
3. Колісник О.М. Інтернет-журналістика у світлі медіа-досліджень / О.М.Колісник // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2010 – №21 – С. 122-124.
4. Чабаненко М. До питання якості вітчизняних інтернет-видань [Електроний ресурс] / М.Чабаненко. – Режим доступу: www.mediakrytyka.info/?view=373.

**Красовська Кароліна**
магістр факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Тернова А.І.

## ВИШІВСЬКІ ВИДАННЯ М. ЗАПОРІЖЖЯ: ГАЗЕТА «АКАДЕМІЯ» (ЗДІА)

Важливим складником вітчизняного інформаційного простору є студентська преса. З огляду на це, виникає потреба дослідження стану молодіжних друкованих ЗМІ, особливо тих видань, які є офіційними виданнями вищих навчальних закладів. Іноді поняття «студентські видання», «молодіжні видання», «вишівські видання» не розмежовуються, а сприймаються аудиторією як одне ціле. Такий підхід викликає певні труднощі, оскільки «за аудиторним принципом розрізняють жіночі, молодіжні, дитячі, студентські та інші видання» [5, с. 27].

У багатьох українських університетах існують різноманітні студентські медіа: звичайні паперові видання, радіо, телестудії, інтернет-портали. Сьогодні вишівські мас-медіа сприяють розвиткові студентського самоврядування, доносять потрібну інформацію до студентів та викладачів, виконують організаційну, інформаційно-навчальну та інші види діяльності; надають консультативну та практичну допомогу студентам в багатьох питаннях. Студентські ЗМІ інформують про важливі події, що відбуваються у ВНЗ, а також виховують та об’єднують спудеїв.

Наукових досліджень у цій сфері небагато [2; 3; 4; 6], а тим часом становлення й функціонування молодіжних видань, з’ясування питання ролі студентських ЗМІ у становленні майбутніх професіоналів, розвитку свободи слова і демократизму студентських видань, особливості їх тематики, мовно-стилістичного, жанрового та художньо-технічного оформлення потребує всебічного розгляду й аналізу, бо такі ЗМІ – реальний механізм представлення інтересів студентства та захисту його прав.

Кількісний склад друкованих видань такого типу надзвичайно великий, це газети «Універсум» (Житомирський університет ім. Івана Франка), «Харківський університет» (Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, «Резонанс» (Сумський державний університет), «Педагог» (Миколаївський державний університет), «Погляд» (Ужгородський державний університет), «Генерація» (Луцький державний технічний університет), «Острозька Академія» (Національний університет «Острозька академія»), «Погляд» (Ужгородський національний університет), «На 100%» (Тернопільський національний педагогічний університет ім. Володимира Гнатюка), «Post Scriptum +» (Київський міжнародний університет), «Студент» (Дніпропетровський національний гірничий університет), «NotaBene» (Горлівський державний педагогічний інститут іноземних мов ім. Н. Крупської), «Автомобіліст» (Харківський автомобільно-шляховий інститут), «СтудОбоз» (Дніпропетровский университет економіки і права), «Економіст» (Одеський державний економічний університет), «Академікс» (Українська академія банківської справи м. Суми), «Поліграф», «Vivat Академія!» (ВПІ НТУУ «КПІ» та НаУКМА) й багато інших.

Не зважаючи на те, що не всі видання ефективно «працюють» (з різних причин), зазначені друковані ЗМІ є важливим складником інформаційного простору країни.

Серед запорізького сегменту друкованих видань такого плану (газет «Інженер-машинобудівник» (ЗНТУ), «Запорізький університет» (ЗНУ), «Універія» (ІЖМК КПУ) та ін.), вирізняється газета Запорізької державної інженерної академії, оскільки заклад не здійснює підготовку фахівців з цього напрямку: ані майбутніх філологів, ані журналістів.

Видання «Академія» створене у листопаді 1998 року. Перший її випуск був чорно-білим листом формату А3, що складався навпіл. Проте, як стверджує теперішній редактор Н.А. Юсупова: «Він показав головне – величезне бажання авторів ідеї подарувати ВНЗ власну гідну газету, цікаву й улюблену» [1].

Видання розвивалося, до підготовки його випусків залучалися все нові й нові фахівці зі складу професорсько-викладацького складу і співробітників цього навчального закладу.

2003 рік став переломним у професійному становленні газети. Вона увійшла до складу щойно створеного Відділу зв'язків із громадськістю та реклами. Зявилася реальна можливість проводити тренінги з кореспондентами, зайнятися професійною верстkою видання в новітніх комп'ютерних програмах. Це серйозний шлях для інститутського видання.

За два роки (2005) газета «Академія» отримує перший приз на конкурсі молодіжних видань Ленінського району. За творчий підхід і активну життєву позицію ректор ЗДІА В.І. Пожуєв нагородив колектив цифровою фотокамерою. Таким чином з'явилася можливість насичувати сторінки видання ще й актуальною візуальною інформацією, світлинами високої якості, формувати винятковий за змістом і наповненням архів фотокарток усього навчального закладу.

Цей же 2005 рік став роком народження й нового зовнішнього вигляду газети. Її об'єм став стабільно складати 12 шпальт. Змінився дизайн сторінок, вісім з яких друкуються у міській друкарні якісним офсетним друком, при цьому перша і дванадцята сторінки – кольорові.

Завдяки проведеним інноваціям на ІІ Регіональній виставці молодіжної преси «Молодіжний акцент-2006» газета «Академія» була удостоєна спеціального призу «За яскравість фотоілюстрацій». Це свідчить про те, що колектив редакції активно залучає молодь, що навчається до репортерської роботи. Студенти прагнуть завжди знаходитися в епіцентрі навчального, наукового, суспільного життя свого вищого навчального закладу. Тому у виданні постійно народжуються нові рубрики, з'являються нові автори, запроваджуються в життя нові ідеї. І, як показала перемога «Академії» на Міжрегіональній виставці молодіжної преси «Молодіжний акцент-2007», видання виходить на досить високий професійний рівень.

Видання стрімко розвивається, вдосконалюється, стає популярним не тільки серед «академівців», а й серед інших запорізьких ВИШівських видань.

Восени 2007 року в Запоріжжі пройшла чергова Міжрегіональна виставка преси для молоді. У конкурсі взяли участь інститутські видання Києва, Черкас,

Миколаєва, Донецька. Компетентна комісія, у складі якої були журналісти України, високо оцінию стиль, яскравість, професіоналізм «Академії». Все це дозволило виданню одержати найвагомішу перемогу – Диплом переможця в номінації «Краща студентська газета» та кубок за І місце на Міжрегіональній виставці «Молодіжний акцент».

На сьогодні «Академія» пропонує своїм читачам матеріали за такими рубриками як:

«Вчена рада ЗДІА» (різноманітні звіти керівництва, науковців, зборів трудового колективу, вітальні адреси з нагоди календарних свят, ювілеїв, визначних подій у житті закладу та його структурних підрозділів тощо);

«Академічний простір» (матеріали про наукові конференції, «круглі столи», зустрічі із відомими людьми, засідання різних клубів, об'єднань, спортивних заходів, життєдіяльності кафедр й т.д., наприклад: «Засідання Клубу бухгалтерів і аудиторів ЗДІА», «Засідання Філософського клубу ЗДІА по темі "Філософія і ступені довіри до світу: парадокси Декартової раціональності"», «9-та міська ЗВІТНО-ВИБОРЧА КОНФЕРЕНЦІЯ», «ПЕДАГОГІКА СПІВРОБІТНИЦТВА –У СПОРТИВНИХ БАТАЛІЯХ» та ін.);

«Клубне життя ЗДІА» дещо перегукуються із попередньою рубрикою, Це здебільшого об'ємні статті Клубу бухгалтерів і аудиторів ЗДІА, Центру безперервної освіти, науково-дослідного сектору, про діяльність відділення Національної служби посередництва і примирення в Запорізькій області, традиційні засідання Філософського клубу й под.

«Студентський простір» – це публікації про студентів і для студентів. Наприклад: «Всеукраїнська школа профспілкового лідера», «ЧИСТЕ МІСТО – ЗДОРОВА НАЦІЯ», «ФОРУМ МОЛОДИХ НОВАТОРІВ», «Щорічна Спартакіада», «Флеш-моб Всеукраїнської акції «Я ПРОТИ НАСИЛЛЯ», «Розважально-інтелектуальна гра «ZP КВЕСТ»» та інші. Цікавими виявилися фоторепортажі на різні тематики власне студентів Біченко К., Шайтан О., Хухровської М.

Змінною є тематична рубрика виявилася «Пам'ятаємо!», у якій можна прочитати статті «Дотик до подвигу захисників Запоріжжя», «Діти острова Хортиця», «Незабуті серцем» та ін.) Варто відзначити, що саме на цих шпальтах можна натрапити на студентські публікації (Гліб Назаров – факультет економіки та управління (ФЕУ), Катерина Мальцева – ФББР, Президент Сенату ЗДІА К. Дехтярук та інших).

Рубрика «Бережіть себе» надає інформацію щодо різних застережень. Це торкається як сезонних, так і інших захворювань, окремих надзвичайних ситуацій, які можуть трапитися з молоддю, що навчається. Розміщенні матеріали підготовлені виключно фахівцями галузі (Головного державного санітарного лікаря Ленінського району, завідувачів різних секторів санепідемстанції тощо).

Зрідка трапляються й дещо, на нашу думку, «дивні» й невиправдані рубрики як «Увага! Смакота!», якій, як і деяким «Кросвордам» виділено цілу сторінку видання. Проте, напевно головний редактор мав рацію: часом треба вміти й відпочити та «насолодитися» легкою інформацією.

Авторами друкованих матеріалів на шпальтах «Академії» стають представники професорсько-викладацького складу, Голови профбюро, Відділу реклами та зв'язків з громадськістю, Голови рад, представники студентського Сенату, Головні судді різноманітних змагань та власне головний редактор академічного видання Н.А. Юсупова.

Незмінним фотокором газети «Академія» є М. Ніколаєв.

Таким чином, власні ВИШівські газети відіграють значну роль у житті закладу, хоча практично всі видання такого плану не є прибутковими для ВНЗ.

Є очевидним фактом, що газета ЗДІА «Академія» об'єднує всі «прошарки» інститутського суспільства й зрозуміло для всіх доносить інформацію про головні заходи, події всередині ВНЗ та діяльність різних структурних підрозділів ВНЗ (інститутів, факультетів, кафедр та всіх ланок керівництва). Треба зауважити, що кожний структурний підрозділ вищої школи має свій менталітет, свій внутрішній темп і головне поле діяльності – і це відчувається у публікаціях.

Газета переслідує зовсім інші цілі та завдання, ніж велике загальноукраїнське видання, головне – належна організація й постійне вдосконалення роботи у вищому навчальному закладі та творча взаємодія студентства й керівництва.

Література

1. «Академія» – [Електронний ресурс] – Офіційний веб-сайт щомісячної газети Запорізької державної інженерної академіїі– Режим доступу : http://www.zgia.zp.ua/index.php?page=761&lang=ua – Назва з екрану.
2. Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Запоріжжя: «Дніпровський металлург», 2008. – 152 с.
3. Грабська А.В. Студентська преса в українському інформаційному просторі // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В.В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2008. – Т. 31 (квіт.–черв.). – С. 136-142.
4. Маковій В.І. Студентські ЗМІ в Україні: стан і тенденції розвитку // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В.В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2008. – Т. 31 (квіт.–черв.). – С. 123-127
5. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / за заг. ред. Ю.М. Бідзілі. – Ужгород : ВАТ «Видавництво "Закарпаття"», 2007. – 224 с.
6. Соболевська М. Студентські ЗМІ: «навіщо?», «для кого?», «про що?» – [Електронний ресурс] – / Марія Соболевська. – Режим доступу : http://sites.znu.edu.ua/news_details/news_id=9472&lang=ukr – Назва з екрану.

**Кривко Оксана**
студентка 2 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Горбенко І.Ф.

# ЕТИЧНІ НОРМИ ДІЯЛЬНОСТІ РЕДАКЦІЙНО-ВИДАВНИЧИХ СТРУКТУР

Кожна діяльність регулюється певними нормами поведінки. Одними з головних принципів, поряд з логічними, політичними, правовим, релігійними та іншими, є морально-етичні.

Суспільна корисність будь-якої редакційно-видавничої структури обумовлюється не тільки її економічною вигодою, а й моральним кліматом у колективі, етичними відносинами з діловими партнерами. Але зараз більшість редакційних і видавничих підприємств не мають чітко окреслених та документально зафіксованих етичних норм діяльності або порушують їх.

До дослідження етичних норм у редакційно-видавничій діяльності зверталися такі вчені: В. Теремко, М. Тимошик, З. Партико, А. Акопов, В. Іванов, В. Сердюк, Г. Герет, Р. Клоноскі, О. Бродська та інші. Але тема була досліджена в українських джерелах частково, на регіональному рівні не розкрита повністю. Немає єдиного погляду на норми редакційно-видавничої етики. Тому ця тема залишається важливим об'єктом наукового вивчення. Таким чином, метою даної статті є дослідження етичних норм діяльності редакційно-видавничих структур, зокрема, вивчення особливостей дотримання цих норм на регіональному рівні. Її новизна полягає в тому, що аналізуючи морально-етичні принципи, якими керуються запорізькі видавництва та редакції, було виявлено певні особливості у регулюванні норм етики.

Загальнонаукові підходи до моральних норм поведінки розглядає етика. Кожна людина в ситуації морального вибору послуговується певною системою теоретичних уявлень, звичаєвих норм, оцінних суджень про добро, справедливість, совість, честь, гідність тощо. Їх формування і функціонування досліджує етика як філософська наука і теоретична модель моралі.

На загальних принципах етики кожна спеціальність, професія вибудовує власні вимоги до відносин у колективі та поза ним. Так, етичні норми у видавничій справі мають багато спільного з етикою журналістської діяльності.

Твердження В. Іванова та В. Сердюка, що «журналістська етика – це не обов'язково кодекси чи інші закріплені на папері правила, … це внутрішні переконання тих, хто займається журналістським ремеслом…», є обґрунтованим [4, с. 16]. Дійсно, дотримання чи недотримання етичних норм залежить, більшою мірою, від особистих якостей, перш за все, порядності представника будь-якої професії. Тому професійні якості повинні закріплюватись внутрішніми переконаннями кожного працівника ЗМІ.

Існує й таке твердження, що «етика — вчення не про мораль. Етика бізнесу повинна вивчати прийняті у бізнесі моральні норми» [2, с. 11]. Тобто, корисність дії для досягнення успіху в бізнесі бачиться критерієм її моральності.

І. Михайлин зауважує, що положення етики мають бути викладені в етичних кодексах [6, с. 82]. У сучасній медіа-практиці такі кодекси розробляють для себе редакції великих газет, колективи телерадіокомпаній, регіональні об'єднання журналістів. У них детально прописано правильний алгоритм діяльності журналіста у будь-якій ситуації, професійні вимоги до створюваного ним інформаційного продукту. Переважно в таких кодексах викладено стандарти та професійні етичні норми, яких має дотримуватися кожен творчий працівник редакції. Кодекс може містити й інші положення в галузі стосунків між колегами, виникнення конфлікту інтересів тощо.

У видавничій справі, на відміну від журналістської діяльності, немає кодексу, який би чітко формулював етичні норми. Але основні вимоги до етики редакційно-видавничих структур заявлені в головному документі, що регулює видавничу діяльність, – Законі України «Про видавничу справу».

Закон визначає загальні засади видавничої справи, регулює порядок організації та провадження видавничої діяльності, розповсюдження видавничої продукції, умови взаємовідносин і функціонування суб'єктів видавничої справи [6]. Проте вимоги, прописані в Законі, часто порушуються, а відповідальність за недотримання стандартів, норм і правил не спиняє недобросовісних видавців на шляху до економічної вигоди.

Дослідник А. Акопов характеризує особливості однієї з важливих етичних категорій видавничої справи – авторського права, та наголошує на необхідності його дотримання. Види порушення авторських прав з боку видавництва такі: викривлення твору, порушення строків випуску в світ, невипуск твору, невиплата або затримка виплати гонорару, передача прав на видання третім особам та ін. [9, с. 85-89]. Треба зважати й на те, що численні правові та етичні аспекти відносин між видавцем, автором, редакцією та поліграфічним підприємством досі не вироблені та є постійною темою для суперечок.

Т. Герет та Р. Клоноскі застерігають, що «не можна нехтувати соціальним виміром етики бізнесу, оскільки багато серйозних проблем виникають із взаємозв'язків бізнесу і суспільства в цілому. Бізнес... часто спричиняє такі соціальні ситуації, які завдають шкоди людям і породжують несправедливість, хоч не лише бізнес несе за це відповідальність» [2, с. 12]. Саме тому, що бізнес несе в собі загрозу стихійності, етика покликана виконувати роль регулятора стосунків, дотримуючись певного балансу інтересів на всіх рівнях суспільного життя.

Детально характеризує етичні аспекти видавничого бізнесу В. Теремко. Науковець вважає, що моральність людини у бізнесі, як і в інших сферах, виявляється у виборі нею мети і засобів її досягнення [7, с. 112-120]. На нашу думку, ефективності можна досягти, поєднуючи в діяльності видавництва економічні та соціальні аспекти. Водночас треба чітко розмежовувати інтереси власні та інтереси організації, яку представляєте. У будь-якому разі необхідно усвідомлювати відповідальність за свої вчинки та не втрачати людську гідність та ділову репутацію заради економічної вигоди, яка, до того ж, може виявитися тимчасовою.

Основними етичними обов’язками видавця є: відстояти право редактора щодо поліпшення якості твору при підготовці його до випуску в світ; спонукати автора до конструктивної співпраці на цьому етапі; забезпечити майбутнє видання елементами сильного виробу [7, с. 119]. Як ігнорування такого обов’язку можемо розцінювати випуск у світ творів в авторській редакції, неякісну підготовку текстів, недотримання стандартів і санітарно-гігієнічних норм, нечесну рекламу й антирекламу, використання «брудних» методів конкуренції, нецивілізоване стимулювання продажів.

О. Бродська порівнює етичні принципи українських та іноземних бізнесменів. Дослідниця зазначає, що численні фірми мають у багатьох країнах такий принцип: «Прибуток — вище за все, але честь вища від прибутку». Натомість українські бізнесмени керуються зовсім іншими переконаннями: «Прибуток будь-якою ціною», «У комерції все дозволено», «Гроші не пахнуть» [1, с. 75]. Таке явище дійсно є дуже актуальним у діяльності редакційно-видавничих структур нашої країни, підприємці якої позбавлені підтримки, зазнали утиску з боку держави та змушені виживати будь-якими способами, вдаючись як до етичних, так і неетичних методів ведення бізнесу.

Таким чином, порушення етичних правил і норм призводить до розриву ділових зв'язків та втрати ділових партнерів, а отже і ринків збуту. В результаті компанія занепадає. Щоб уникнути таких наслідків, керівникові та працівникам будь-якої фірми треба мати високі етичні пріоритети та не забувати основні правила ділового етикету.

З. Партико виділяє загальний принцип етичних норм. Він полягає у тому, що «автор повинен так подати своє повідомлення, щоби воно завдавало якнайменшої шкоди всім сторонам» [5, с. 144]. Загалом, так воно і є. Але справа в тому, що повідомлення, окрім того, щоб не завдавати шкоди, має виконувати більш важливі функції. І чому воно взагалі повинно завдавати шкоду, це залишається незрозумілим.

Дотримання норм етики уберігає одержиму в своєму прагненні до бізнесового успіху людину від сумнівних, нечесних, аморальних, гріховних дій [7, с. 112].

Отже, поняття етики багатогранне та неоднозначне як загалом у науці, так і в едитології зокрема. На нашу думку, етика у редакційно-видавничій діяльності – це сукупність правил, норм, принципів поведінки й професійної діяльності працівників видавничої (редакційної) структури, зафіксовані в етичних редакційних кодексах або узгоджені позастатутно та підтримуються штатними працівниками видавництва (редакції).

Проаналізувавши особливості моральних засад діяльності регіональних редакційно-видавничих структур (редакції газет «Клякса» та «Запорізький університет»), ми виявили незначні порушення. Це можна пояснити відсутністю етичних кодексів у аналізованих структурах, адже їх розробляють для себе редакції великих газет.

Головний редактор дитячої газети «Клякса», Ольга Василівна Волкова, зауважила, що дотримання етичних норм для неї дуже важливо, а до тих, хто їх порушує, ставиться негативно. Однак на шпальтах цього видання інколи

можемо помітити публікації, які не досить досконалі з етичного боку, враховуючи особливості подачі матеріалів для дитячої вікової категорії.

Редактор газети «Запорізький університет», Таміла Володимирівна Тарасенко, з власного досвіду навела приклади порушення студентами-практикантами моральних принципів. Деякі з поставлених нами питань з видавничої етики залишились нерозкритими. На її думку, загальнолюдські етичні правила нічим не відрізняються від норм етики журналіста, редактора та видавця. Ми ж вважаємо, що вони ґрунтуються, безперечно, на спільних засадах, проте принципова відмінність у їх формуванні та дотриманні все ж таки є. Порушень етичних норм у цьому виданні ми не виявили.

Тож, можемо порадити редакторам сучасних регіональних редакційно-видавничих структур приділити особливу увагу етиці ділових відносин у колективі та при співпраці з діловими партнерами, а також – етичності публікацій на шпальтах видань. Щоб правильно організувати діяльність редакційно-видавничої структури рекомендуємо виробити власні етичні правила — своєрідний кодекс поведінки журналістів, видавців і редакторів**.**

Тобто, ми вважаємо за доцільне дотримуватись етичних норм у видавничому бізнесі. Це є запорукою успіху в професійній діяльності за рахунок створення бездоганної репутації та довіри громадськості до видавництва (редакції), позитивного іміджу ділової людини зокрема; дозволяє уникнути проблем із законом; допомагає знаходити опору для оптимальної поведінки в складних ситуаціях.

Література

1. Бродська О. Ділова етика в українському бізнес-суспільстві [Електронний ресурс] / О. Бродська // Персонал. – 2006. – № 5. – С. 75-77. – Режим доступу : http : // www. personal. in. ua / article. php? ida = 292
2. Герет Г. Етика бізнесу / Г. Герет, Р. Клоноскі. — К. : Основи, 1999. – 214 с.
3. Закон України «Про видавничу справу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http : // www. sips. gov. ua / ua / publishing-law. html
4. Іванов В. Журналістська етика / В. Іванов, В. Сердюк. – К. : Вища шк., 2006. – 231 с.
5. Партико З. Загальне редагування : нормативні основи / З. Партико. – Львів : ВФ Афіша, 2006. – 416 с.
6. Сучасний словник літератури і журналістики / М. Ф. Гетьманець, І. Л. Михайлин. – Харків : Прапор, 2009. – 384 с.
7. Теремко В. Основні засади видавничого бізнесу / В. Теремко. – К. : Академвидав, 2010. – 136 с.
8. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця / М. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2005. – 560 с.
9. Акопов А. Общий курс издательского дела / А. Акопов. – Воронеж, 2004. – 218 с.

**Кузьменко Анастасія**
студентка магістратури факультету журналістики
Наук. кер.: проф. Манакін В.М.

# СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА ЗМІ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ

Технічні відкриття та технологічні зміни останніх років забезпечили динамічний розвиток новітніх засобів масової комунікації, внаслідок чого людство вступило у нову фазу диджитальної революції. Усі ці процеси та явища спричинили зміни віртуального простору та його структури і зумовили використання нових тактик і стратегій, зокрема, тотальної трансформації інформаційних технологій. В останні роки активно розвиваються й виходять на перші позиції в засобах обміну інформацією сервіси, що дістали спільну назву «соціальні мережі».

Феномен соціальних мереж набрав широкої популярності серед аудиторії лише протягом першого десятиліття XXI століття. Наприклад, для того, щоб отримати півмільйонну аудиторію, радіо знадобилося 40 років, телебаченню – 13 років, Інтернету – 4 роки, в той час як соціальна мережа Facebook зібрала 200 мільйонів користувачів менше, ніж за рік.

Актуальність дослідження соціальних мереж зумовлена недостатньою увагою журналістикознавців до дискурсу соціальних мереж, специфіки їх функціональних можливостей зокрема. Соціальні мережі – це не просто новий інтернет-прояв, але й суто новий вияв Web 2.0, коли зміст глобальної мережі творять усі, хто хоче до цього залучитись і коли Інтернет стає «галактикою майданчиків» для спілкування. Хоча загалом мову Інтернету активно досліджують у численних аспектах як закордонні, так і українські науковці, але, на відміну від блогів, чатів, форумів та інших різновидів інтернет-комунікації, соціальні мережі ще не стали об'єктом належної спеціальної уваги журналістів, принаймні в доступному на сьогодні секторі журналістських праць. Певно, причина в тому, що соціальні мережі поширилися пізніше та стали масовим і визначальним явищем лише останнім часом.

Сьогодні для роботи українських ЗМІ соціальні мережі створюють сприятливу платформу як для отримання інформації, так і для її розповсюдження. Серед найбільш популярних соцмереж в Україні можемо визначити три основних - Facebook, Twitter і Вконтакте, де зареєстровано 1,5 млн., 160 тис., та 20 млн. українців відповідно [1; 2]. Серед популярних українських ЗМІ у соціальних мережах Facebook, Twitter і Вконтакте мають офіційні сторінки: ТРК «Україна», телеканали «1+1», «СТБ», «5 канал», «ICTV», «Новий канал», «ТЕТ», радіостанції «Ера», «Люкс», «Europa Plus», «Наше радіо», «KissFM», газети «День», «Дзеркало тижня», «Деловая столица», «Факти і коментарі», журнал «Український тиждень», інтернет-видання «Телекритика» та багато ін.

Наявність профайлів популярних медіа-видань у соціальних мережах надає такі можливості для діяльності ЗМІ:

1. отримання найсвіжішої інформації про події (навіть про те, що відбувається просто зараз). Соціальна мережа Twitter виступає найшвидшим

джерелом отримання первісної інформації - її контент генерується людьми дуже швидко, бо написання ста сорока символів займає пару хвилин, і це набагато легше, аніж виділяти цілий запис у блозі.

2. можливість отримання унікальної інформації (аматорські відео, фотознімки тощо);

3. ведення у реальному часі трансляцій з публічних акцій, спортивних подій, засідань органів влади та судів, місць надзвичайних подій, виборів тощо;

4. спостереження за публікаціями передових медіа та конкуруючих видань;

5. знаходження гарячих тем, очевидців та учасників подій, швидке розповсюдження інформації;

6. забезпечення зворотного зв'язку, залучення аудиторії до дискусії (приватні повідомлення, чат, повідомлення на «стіні», коментарі до фотографій та відео);

7. можливість визначити ставлення аудиторії до матеріалу (функція «like» («сподобалось»), за допомогою якої користувачі можуть висловити свою позитивну думку щодо певного матеріалу (фото, відео, музика, коментарі, події тощо);

8. можливість аудіо-, відео- та документообміну між користувачами за допомогою спеціальних додатків;

9. у користувача є можливість розмістити матеріал («поділитися») з офіційного сайту ЗМІ на свою сторінку в соціальній мережі. Наприклад, користувачі Facebook та Вконтакте можуть отримувати новини у вигляді фото, статей та відео на власну стіну оновлень, а далі коментувати їх а ділитися ними з іншими. Таким чином контент буде набагато ефективніше розповсюджуватися, а ЗМІ – збільшувати кількість читачів, і завдяки їх профілям про них можна буде дізнатися набагато більше, ніж, скажімо, із статистики відвідувань сайту. Наприклад, 16% відвідувачів видання «Українська Правда» заходять на сайт саме з соціальної мережі Facebook.

10. швидке уточнення інформації. Будь яка соціальна мережа – це, насамперед, люди. В них можна спитати поради або попросити висловитися з того чи іншого приводу, що стане в нагоді журналістам, які хочуть більш широко освітити певне питання

11. можливість ведення широкої діяльності, яка забезпечує ефективність роботи ЗМІ. Наприклад, новий спецпроект каналу «1+1» під назвою «Сніданок з 1+1 шукає друга!» за допомогою соціальної мережі Вконтакте організовує пошук господарів для безпритульних тварин: на сторінці проекту розміщені фото тварин, а також контактні телефони.

12. просування своїх онлайн-видань і блогів (розширення аудиторії);

13. формування списку користувачів, з якими бажано підтримувати контакти («друзі», «контакти», «фани» тощо). Термін «друзі» може бути умовним, оскільки зв'язок між користувачами в соціальній мережі не обов'язково означає дружбу в звичному розумінні, тому причини для «дружби» можуть бути різними;

14. розширення мережі контактів (знайомих особисто та можливих

знайомих). Наприклад, у мережах Facebook та Вконтакте є функція «ви можете їх знати» або «можливі друзі», завдяки чому ЗМІ має змогу розширити свою потенційну аудиторію;

15. створення спільнот, товариств на основі певних матеріалів. Варто зазначити, що засіб масової інформації може бути представлений не однією сторінкою. Так, один з популярних українських телеканалів «Новий канал» має декілька сторінок, кожна з яких присвячена окремому розділу – програмі: «Ревізор», «Репортер», «Подъем», «Аферисти», «Україна чудес»; телеканал «1+1» представлений у Facebook сторінками програм «ТСН», «Сніданок з 1+1», «Пекельна кухня», «Tkachenko.ua» У такий спосіб канал створює навколо цих розділів спільноти людей, об'єднаних за спільними інтересами.

16. створення публічних профайлів як цілого ЗМІ, так і окремих журналістів. Наприклад, всеукраїнська радіостанція «Europa Plus» має офіційну сторінку у соціальних мережах Facebook, Twitter і Вконтакте, а на офіційному сайті http://europaplus.ua/ у розділі «Ведучі» пропонує досьє на кожного ведучого радіостанції, а також містить посилання на їх особисті сторінки у мережі Facebook (Володимир Анфімов, Маша Лєдіна, Марта Папіч, Дмитро Лавров, Роман Давидов) та Twitter (Ірина Філатова, Маша Лєдіна, Роман Давидов).

17. розвиток рекламної діяльності (банерна реклама, посилання, реклама за інтересами (демографічна фільтрація) тощо;

18. можливість використання додаткових інструментарієв для сайтів ЗМІ.

Наприклад, на сайті можна встановити соціальний плагін Facebook Connect, який дозволяє реєструватись на сайті ЗМІ під власним Facebook-акаунтом, уникаючи при цьому стандартну процедуру реєстрації, що вимагає введення великої кількості інформації, логіна, пароля. Важливо, що сайт через Facebook Connect може отримувати всю необхідну інформацію про користувача – вік, стать, місце проживання, ім'я, інтереси, e-mail. Така інформація важлива для визначення реальної аудиторії певного мас-медіа, а також для подальшого таргетування реклами за віком, статтю, місцем проживання та ін.

Таким чином, соціальні мережі зарекомендували себе як потужний та ефективний інструмент обміну та поширення інформації. Вони певним чином спричинили революцію у журналістиці, змусивши частину ЗМІ переорієнтуватися на свою інтернет-аудиторію. Розробка онлайн-версій ЗМІ та залучення соціальних мереж для їх просування допомогли не лише утримати аудиторію, але й залучити нову.

Література

1. Facebook — найбільш відвідуваний сайт року і найпопулярніший запит в пошукових системах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.techdaily.com.ua/facebook-najbilsh-vidviduvanyj-sajt-roku-i-najpopulyarnishyj-zapyt-v-poshukovyh-systemah.

2. Вконтакте - найпопулярніша в Україні соцмережа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vidido.ua/index.php/pogliad/article/vkontakte_-_naipopuljarnisha_v_ukraini_socmerezha/.

**Лебедєва Ольга**
студентка 2 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Горбенко І.Ф.

# ПРОБЛЕМАТИКА ДОТРИМАННЯ ЕТИЧНИХ ПРИНЦИПІВ ЖУРНАЛІСТИКИ

Одним з найважливіших питань в функціонуванні мас-медіа постає питання етичних норм роботи журналістів та редакторів. Цей аспект особливо важливий в країнах, в яких тільки розвивається незалежна і незаангажована преса, яка б відповідала високим стандартам роботи ЗМІ в сучасному глобальному суспільстві, що входить в нову інформаційну епоху.

Я. Ширченко зазначає: «Журналістика – це наука комплексна, і всі її складники окремо існувати не можуть. Проте разом, утворюючи спільність переконань, правил і норм, впливають на ті чи інші суспільні процеси. В ідеалі журналіст повинен бути не лише професійно грамотним, а й по-людськи великодушним. А етичні принципи та моральні закони мають бути найголовнішими постулатами журналістської професії» [ 9 ].

І ми не можемо з нею не погодитись. Тому що вплив мас-медіа є всеосяжним для кожного суспільства, а тому і етичність редакторської і журналістської роботи не може залишатися поза увагою.

Такі поняття, як етика і мораль, сприймаються досить неоднозначно. З одного боку, ми нібито й розуміємо, що вони означають, а з іншого – часто ігнорується їх безпосередній зміст.

Наука етика існує вже більше двадцяти трьох століть. За Арістотелем термін «етичний» потрібен був для позначення чеснот людської вдачі, а етика як наука вивчає власне етичні чесноти, досліджує, яка людська вдача є найдосконалішою. А вже інші античні філософи, такі як Цицерон та Сенека визначають термін «мораль», який по суті розуміється як предмет етики, тобто явище, що вивчається цією наукою [1, 8].

Дотримання етики і визначає моральність або аморальність людини, групи людей, суспільства. Дотримувати етику можна через виконання певних етичних принципів (правил, настанов), які у свою чергу формуються через певні біологічні, психологічні, соціокультурні, етнічні, історичні чинники. По суті, на нашу думку, етика і її принципи потрібні задля функціонування суспільства, вони в ньому були створені, в ньому і розвивалися. Це постає через розуміння походження терміну «етика». Воно походить від давньогрецького «ethos», що означає місце перебування, спільне житло [1, 5]. Тобто ми бачимо перехід від абстрактного (етика як здобуття спільноти) до конкретного (вивчення чеснот особистості) і знову до абстрактного (дотримання етичних принципів, які і формують особистість, спільноту, суспільство).

Формування етичної складової суспільства – це процес так само незворотній, як і біологічна еволюція. Ми народжуємося і вже формуємося під впливом етичних принципів нашого суспільства. Це частина нашої психіки. Саме тому етичні правила створюються в усіх сферах суспільного життя. Не оминула цього журналістська і редакторська праця.

Дотримання етичних принципів саме працівників засобів масової інформації – є однією з найважливіших складових їх праці. В демократичному суспільстві журналістика є «четвертою владою». Ця влада інформує, виховує, формує погляди та смаки [ 2, 56 ].

В. Іванов та В. Сердюк зазначають, що журналістська етика – це насамперед внутрішні переконання тих, хто займається журналістським ремеслом, їхнє розуміння того, що можна і чого неможна робити [ 3, 12 ].

Журналістська етика і стандарти – це етичні принципи професійної журналістики, відомі як галузевий «кодекс честі», який у різних формах сформульований в медіа-організаціях і профспілках. Професійна етика - це юридично не оформлені, але тим не менш відомі і чітко прописані правила, прийняті в ЗМІ і схвалені суспільством [2, 50].

Більшість найважливіших аспектів етичної поведінки редактора і журналіста вже регламентуються законодавством і носять імперативний характер, тому ми зазначаємо головні,на нашу думку, суто етичні аспекти діяльності мас-медіа:

1) суспільна значущість (безумовно суспільна значущість інформації повинна враховувати і підготовку аудиторії до сприймання нових фактів),
2) неупередженість;
3) правдивість.

На нашу думку, усі інші етичні настанови є вторинним від вищенаведених і саме ці норми є найчастіше порушуваними у діяльності ЗМІ.

Т. Миронова, Н. Панкова зазначають, що проблема дотримання етичних стандартів роботи мас-медіа в Україні потребують пильної уваги
[ 3, 66 ].

«Одним з основних чинників впливу ЗМІ на формування громадської думки є довіра до них населення. В Україні рівень довіридо ЗМІ невисокий. За даними "Соціс-Геллап" 2005 року, тільки 19% дорослого населення довіряли загальнонаціональним ЗМІ, хоч вони й належали до тих трьох соціальних інститутів, яким люди довіряють найбільше (третє місце після релігійних організацій та армії)», - зазначають М. Присяжнюк та
Д. Присюжнюк [4, 78 ].

Хоча ще у дослідженнях Українського центру економічних і політичних досліджень ім. Олександра Разумкова довіра до ЗМІ була на рівні 51 % ( хоча і тоді «повна довіра» була зафіксована лише у 11-12 % населення).

У 2003-му році було оприлюднено дослідження УНІАН, в якому довіра до ЗМІ у киян була зафіксована у 25 % від дорослого населення [ 3, 67 ].

В України розвинена практика порушення етичних принципів навіть у найповажніших виданнях. Як приклад, можна навести історію навколо щотижневика «Дзеркало тижня».

27 травня 2011 року в номері «Дзеркала тижня» вийшла велика за обсягом ( більше 16 тис. знаків ) стаття вже колишнього віце-прем’єр міністра Андрія Клюєва, в якій держслужбовець розповідає про майбутню модернізацію. При цьому, надрукувала статтю Клюєва і газета Надвірнянської районної ради Івано-Франківської області “Народна воля”, вишгородське видання “Слово”,

газета Миколаївської обласної ради “Рідне Прибужжя”, Полтавське обласне комунальне агентство “Новини Полтавщини”, “Макарівські вісті” в Київській області. Коли інтернет-ресурс «Українська правда» звернулися за поясненням до вищенаведених редакцій, то майже усі газети відмовилися у наданні даної інформації, лише у редакції “Народна воля”, розповіли про причини появи на їхніх шпальтах Клюєвських тез. У виданні зізналися, що статтю до друку “рекомендувала” прес-служба самого Кабінету міністрів.

Це і є наочним прикладом впливу влади на засоби масової інформації. Навряд чи ця стаття проходила будь-яку редакторську перевірку. Сумнівна і соціальна значимість цього матеріалу. Відпускаючи навіть такі випадки, можна знайти багато проблем в повному дотриманні професійної етики. Бо по суті постійно виникають бар’єри між тим як «треба» і як «насправді».

На нашу думку, найважливішою проблемою функціонування ЗМІ в Україні є самоцензура, яка і призводить до вищенаведених випадків.

Редактор та журналіст, який працює в такому «режимі» в принципі порушує усі етичні настанови, бо несе в суспільство спаплюжену і неповню інформацію.

Крім того, українська журналістика тяжіє до «журналістики думок», а не фактів. Це також призводить до спотворення інформаційного простору України і є грубим порушенням принципів правдивості та об’єктивності інформатизації суспільства.

Найбільші проблеми виникають при дотриманні таких аспектів як:

1) Точність.
2) Неупередженість.
3) Конфлікт інтересів.

Демократичне суспільство наділяє працівників засобів масової інформації великими правами, але журналісти несуть і велику відповідальність перед суспільством. І вона має базуватися, насамперед, на їхній етичній поведінці та моральній свідомості.

На нашу думку, удосконалення юридичної бази, яка краще би захищала ЗМІ недостатньо для покращення ситуації в країні. Для того,щоб ці зміни сталися повинна змінитися політична система, а для цього – і саме суспільство. Проте як воно зміниться при таких засобах масової інформації? Ось ми і маємо замкнене коло, яке розірве тільки сильна воля. Саме таке завдання і стоїть перед сучасною журналістикою і перед кожним редактором.

Література

1. Гусейнов А. А. Введение в этику / А. А. Гусейнов. – М. : Изд-во Московского ун-та, 1985. – 208 с.
2. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра / С. М. Гуревич. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 268 с.
3. Іванов В. Ф., Журналістська етика / В.Ф. Іванов, В.Є. Сердюк. – К.: «Вища школа», 2007. – 232 с.
4. Капелюшний А.О. Редагування в засобах масової інформації / А. О. Капелюшний. – Львів : ПАІС. – 304 с.

5. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу)» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.minjust.gov.ua/0/7184
6. Кодекс честі українського журналіста [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nsju.org/tabmenu/kodeks_etiki
7. Етичний кодекс українського журналіста [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nsju.org/tabmenu/kodeks_etiki
8. Ширченко Я. Журналістська етика та принципи професійної моралі журналіста // Я. Ширченко [Електроний ресурс] – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1488

**Левицький Руслан**
магістр факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Тернова А.І.

## СПЕЦИФІКА ПРЯМОЕФІРНОГО СПОРТИВНОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО МОВЛЕННЯ

Праця телевізійних журналістів у прямому ефірі має низку специфічних рис. Прямий ефір (наживо) – це «передавання в ефір телепрограми без проміжної стадії відеозапису» [2, с. 175].

Використання прямої трансляції здійснювалося вже у перші роки зародження телебачення, так як ще не були впроваджені технології запису. На сучасному етапі задля оперативного донесення інформації, видовищності в прямому ефірі транслюються практично всі спортивні змагання або нагородження (на кшталт Оскару, MTV Music Awards). Трансляцію «з місця події» використовують при показі новин, у ході яких ведучі презентують в прямому ефірі підготовлені та записані сюжети.

В Україні прямоефірне мовлення особливо пожвавилося після Помаранчевої революції, адже, за твердженням відомого журналіста Савіка Шустера, «прямий ефір – це свобода» [5]. Водночас прямоефірних передач на будь-якому каналі не може бути багато, оскільки і для журналістів, і для гостей студії, як уважає М. Ганапольський, «прямий ефір, зрозуміло – це екстремальна річ» [1, с. 288].

Майже на всіх українських телеканалах інформаційні випуски транслюють в прямому ефірі. Показ спортивних новин, трансляції та репортажі є об'єктом нашого дослідження, сьогодні можна побачити на «Першому Національному», ТРК «Україна», «Інтері», «1+1», «2+2», спеціалізованих каналах «Футбол», «Футбол+», «Спорт-1», «Спорт-2» та «Хокей».

Робота спортивного журналіста в прямому ефірі має свої особливості. Адже треба чітко знати, що говорити в прямому ефірі, та яким чином донести до глядача або слухача свої думки доступно, просто й точно. Під час спортивних трансляцій в прямому ефірі виразно виявляється загальний рівень компетентності коментатора, знання профільного предмету. Часом лише неправильно поставлений наголос виявляє низький загальний культурний рівень журналіста. Недоречно вжитий крилатий вислів засвідчить не тільки

недостатній рівень знань із мови, але й низький інтелектуальний рівень загалом. «Найкраща імпровізація в прямому ефірі – це та, яка відрепетирувана, підготовлена» – вважає М. Ганапольський [1, с. 294].

На думку В. Цвика «найяскравіше сутнісні риси телевізійного мовлення виявляються в так званому живому телебаченні, в прямих передачах» [6, с. 241]. Загалом, «мова є найважливішою складовою частиною майстерності тележурналіста, виразником його фахового рівня, його іміджу. Недостатнє знання мови, немов у дзеркалі, відображається в ефірному телемовленні» [6, с. 155].

Телевізійний журналіст у живому ефірі послуговується усним мовленням, яке також має свої особливості. Скажімо, О. Сербенська зауважує: «В усному мовленні надзвичайно різнобічно виявляється людська сутність – психічні особливості, інтелект, світосприймання, спосіб мислення, виховання, здатність називати, оцінювати, контактувати з іншими та впливати на них» [4, с. 8]. В. Цвик наголошує на таких специфічних рисах усного мовлення, яке «дозволяє робити паузи для роздумів, для підшукування потрібного слова, а екран виправдовує ці паузи, демонструючи народження думки одночасно зі сприйманням глядача. Адже глядач оцінює не тільки те, що говорить той, хто виступає, але й те, як він говорить, який він сам» [6, с. 225]. Щодо цього З. Дмитровський зазначає: «В усному мовленні те, як людина сказала, часто перетворюється на те, що вона сказала» [2, с. 25].

Молоді «зірки» прямого ефіру найбільш творчо й винахідливо працюють перед камерою та мікрофоном наживо, проте саме вони й припускаються прикрих мовно-стилістичних помилок у спортивних коментарях, випусках новин чи ток-шоу.

При цьому варто звернути увагу на хиби ведучих, оскільки аналізуючи особливості спортивного мовлення та зосереджуючи увагу на використанні лексичних засобів, дослідники наголошують на негативних тенденціях у слововживанні тележурналістів під час прямого ефіру.

Аналізуючи найбільш типові «огріхи» у слововживанні на сучасних українських телеканалах, виокремимо кілька. Найбільше спортивні журналісти припускаються акцентуаційних помилок. Спортивні журналісти не вміють правильно наголошувати різні форми дієслів, іменників, прикметників, числівників, займенників: *ки'дати, за'йняв, при'йняв, оди'надцять, чоти'рнадцять*.

Інколи спортивні телекоментатори сплутують уживання звуків [г] і [ґ]: *«прогавив контратаку гостей»* (телеканал «2+2», 4 березня).

Ціла низка помилок виявлена у мовностилістичному використанні лексичних засобів, наприклад у вживанні іншомовних слів: *«вимагав від нього публічних вибачень за інциндент* (телеканал «2+2», 18 березня), *«арендований у «Шахтаря»* («Перший Національний», 17 березня) тощо.

Чимало невідповідностей, які прямо спричинені негативним впливом російської мови. Лексичними росіянізмами рясніють спортивні репортажі й коментарі на українських телеканалах: *«в недалекому колишньому блискучий гравець «Таврії»* (телеканал «Футбол», 4 березня), *«Боатенг не цурається*

*жорстких стиків»* (телеканал «2+2», 10 березня), *«Дніпро не включає високих швидкостей»* (телеканал «1+1», 18 березня).

Подеколи спортивні тележурналісти з декількох лексичних синонімів обирають найменш доречний у тій чи іншій мовленнєвій ситуації: *«особливою швидкістю нападник Волині не відрізнявся»* (телеканал «Футбол», 10 березня), *«захисник вимкнувся з боротьби»* (телеканал «2+2», 3 березня).

У спортивних репортажах журналісти зрідка невиправдано вживають пароніми, що засвідчує незнання точних значень використаних слів: *«клуб слабий фінансово»* (телеканал «2+2», 4 березня), *«повівся не зовсім дисциплінарно»* (телеканал «2+2», 10 березня).

В окремих випадках журналісти спортивних редакцій порушують норми слововживання, поєднання слів. Найчастіше помилково поєднують абстрактні й конкретні поняття, слова з різних стилів української мови, лексичні одиниці, що зазвичай сполучаються не зі словами з цього тексту, а з їх синонімами. «Кожне слово, – зазначає П. Дудик, – стилістично неповторне, через що зовсім адекватно не може бути замінене ніяким іншим словом» [3, с. 141]. Це добре помітно саме в прямому ефірі. Спортивні коментатори, які змушені оперативно оцінювати перебіг подій, уживають добре відомі слова автоматично, за звичкою, а менш відомі слова або слова з менш відомими властивостями щодо їх сполучуваності часом неправильно: *«дощенту заповнені трибуни»* (телеканал «2+2», 11 березня), *«лава запасних у динамівців більш глибока»* (телеканал «1+1», 18 березня), *«голкіпер б'є м'яч на чужу половину поля»* (телеканал «2+2», 17 березня), *«помилки не були результативні»* (телеканал «Футбол», 17 березня).

Частина лексичних помилок спричинена збідненістю, недостатністю лексичного україномовного запасу телекоментаторів, унаслідок чого вони повторюють ті самі слова, однокореневі лексеми, тоді й виникають тавтологія, плеоназм: *«Бетао також робить свою роботу непогано»* (телеканал «1+1», 18 березня), *«у Волині залишається менше трьох хвилин часу»* (телеканал «Футбол», 3 березня), *«на підборі «сороки» усе таки встигають підібрати м'яч»* (телеканал «Футбол+», 18 березня).

На мовлення журналіста також впливають особливості слововживання в середовищі його повсякденного спілкування, найчастіше в потоці мовлення у зв'язку з цим виникають жаргонізми, професіоналізми: *«вліпив значно вище воріт»* (телеканал «Футбол», 3 березня), *«гравці остаточно розклеїлись, підсіли під кінець матчу»* («Перший Національний», 17 березня).

Таким чином, можна стверджувати, що помилки спортивних тележурналістів під час роботи в прямому ефірі є хоч і численними, проте одноманітними й типовими. А отже, хиб легко уникнути. З'ясувавши для себе певну кількість мовностилістичних норм і правил та дотримуючись їх у мовленні. Такий підхід виправдано насамперед тим, що футбольні коментатори й оглядачі щоразу працюють із тим самим матеріалом, висвітлюють ті ж самі події, говорять на ту саму тему. Правильно вживаючи спортивні терміни, грамотно наголошуючи обмежений набір щоразу повторюваних слів, спортивні журналісти вже істотно зменшать кількість помилок в ефірі.

Напередодні «Євро-2012», коли до висвітлення футбольного дійства буде залучена велика кількість журналістів із різних телевізійних каналів, які не є фахівцями зі спортивної тематики, їм необхідно дати найпростіші відомості з теорії та історії цього виду спорту, належним чином володіти футбольною термінологією. Приділивши пильну увагу якості спортивного мовлення, ми також спрацюємо на імідж України.

Література

1. Ганапольский М. Кисло-сладкая журналистика / Матвей Ганапольский. – М. : АСТ, Зебра Е, 2009. – 413 с.
2. Дмитровський З. Телевізійна журналістика / Зенон Дмитровський. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2006. – 206 с.
3. Дудик П. Стилістика української мови / Петро Дудик. – К. : Академія, 2005. – 368 с.
4. Сербенська О. Культура усного мовлення / Олександра Сербенська. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 213 с.
5. ТРК Україна. – 2009. – 23 січня. Режим доступу: http://www.kanalukraina.tv
6. Цвик В. Телевизионная журналистика / Валерий Цвик. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 495 с.

**Льовіна О.В.**
студентка 1 курсу Економіко-правничого коледжу ЗНУ
Наук. кер.: Носик М.О.

## МІСЦЕ САМВИДАВУ У ВІДРОДЖЕННІ ДУХОВНОСТІ НАРОДІВ РАДЯНСЬКОГО СОЮЗУ

Більшість людей, в наш час, вперше чують термін «самвидав». Такі висновки зроблені на основі проведеного соц. опитування серед студентів Економіко-правничого коледжу. З яких 60%, на запитання: «Чи знаєте ви, що таке «самвидав»?», відповіли «НІ», а знають лише 40%. Тож моя мета - максимально розкрити поняття «самвидав».

Назва самвидав з'явилося в народі як природна пародія на назви радянських державних видавничих організацій на кшталт Держкомвидав, Політвидав і т. п. Ймовірно, першим близьке за змістом і формою слово «самсебевидав» вжив поет Микола Глазков, уже в 1940-і роки ставив це слово на виготовлених ним розфарбованих і переплетених машинописних збірниках своїх віршів.

В будь-якій енциклопедії йдеться про те, що “самвидав” − це специфічний спосіб побутування суспільно значущих не підцензурних текстів, що полягає в їх тиражування поза авторським контролем, в процесі їх розповсюдження в читацькому середовищі. Автор може лише «запустити текст в самвидав», подальше не в його владі (Олександр Даніель, керівник одного з дослідницьких проектів «Меморіалу» − програми «Історія інакомислення в СРСР. 1953−1987 рр.»).

А цим висловом в радянські часи користувався Володимир Буковський (радянський дисидент): «Самвидав: сам творю, сам редагую, сам цензурують, сам видаю, сам поширюю, сам і відсиджую за нього».

Специфікою радянських державних конструкцій завжди була увага влади до ідеологічної складової влади; як наслідок, періоди відносного вільнодумства чергувалися з періодами жорсткої цензури і найжорстокіших заборон - так що потаємні рукописи завжди знаходили своїх читачів. В обставинах тотального контролю за друкованим словом і жорстоких розправ з інакодумцями не могло бути й мови про регулярні нелегальних виданнях: відомостей про нелегальні публікаціях сталінського періоду практично немає. Відповіддю на політичне і моральне тиск в ті часи стала не протестна підпільна журналістика, а усний анекдот. Оповідачі анекдотів (усний самвидав) каралися по 58-й статті. Блискуча традиція радянського політичного анекдоту поступово згасала з ослабленням цензурного режиму. В останні сталінські роки почали з'являтися таємні рукописи - не згоріли в столах, вони почали дуже обережно ходити по дружнім рукам; здебільшого це були тексти художні та мемуарні. Масовий же самвидав, як і непідцензурна журналістика, виникли в «вегетаріанський» період хрущовської відлиги. XX століття вже широко використовувало для самвидаву нововведення науково-технічного прогресу: друкарські машинки і ін пристрої, ротапринті, магнітофони

Підгрунтям для самвидаву взагалі і для політичної періодики зокрема стала тривала державна політика «життя з брехні»: практика заборон, приховування правди, фальсифікації інформації, жорстка цензура. Одним з перших (але зовсім не найпершим, не визначальним) поштовхів для непідцензурної публікації та поширення текстів став знаменита «закрита» доповідь М. С. Хрущова на XX з'їзді КПРС. Допущені до прослуховування ідеологічно зрілі члени КПРС і ВЛКСМ повинні були донести до безпартійних пом'якшену інформацію, щоб не турбувати душ ідейно неповнолітніх.

Цікаво, що найперші зразки самвидаву були літературними, а не політичними. Вони з'явилися в Ленінграді, в студентському середовищі: у Хіміко-технологічному інституті в 1956 р. вийшов перший номер газети «Культура» з віршами Євгена Рейна, Дмитра Бобишева, Анатолія Наймана. Формально видавнича діяльність не суперечила існуючій Закону про пресу. Але через пару тижнів гримнули угорські події, і пильність компетентних органів різко зросла.

Редколегія журналу «Культура», як і філфаковского вісника «Блакитний бутон», була розігнана, а автор самоізданного трактату «Status Quo» М. Молоствов відданий під суд. За наявною інформацією, це було перше справа про літературний самвидав.

Але традиція зародилася. Протягом майже чотирьох самвидавних десятиліть Ленінград залишався в значній мірі орієнтований на літературну, філософську, релігійну непідцензурної журналістику (в ті роки в Ленінграді існували, наприклад, самвидавні літературні журнали «Сфінкси», «Єресь»), в той час як у Москві більше було журналів політичних, правозахисних.

Розповсюджувачів самвидаву переслідували через прокуратуру і КДБ. Антологія переслідувань (як і інших репресій) називалася Хроніка поточних подій і теж поширювалася у самвидаві; поширення інформації про репресії придушувалося особливо жорстоко і теж потрапляло в «хроніку».

Переслідування самвидаву суперечило міжнародним угодам, підписаним Радянським Союзом у Гельсінкі. Були організовані групи сприяння виконанню Гельсінкських угод в СРСР, див., наприклад, Московська Гельсінкська група. Документи Гельсінкських груп виходили як в самвидаві, так і в тамвидаві. Виготовлення та розповсюдження цих документів переслідувалося властями; учасників Гельсінкських груп виганяли з роботи, заарештовували і піддавали примусовому лікуванню (каральна психіатрія).

На наш погляд, цікавою для висвітлення є сам технологічний процес самвидаву. Так, спочатку самвидав виник як дешева і доступна альтернатива масового типографського друку та поширювався в рукописному варіанті і у вигляді машинописних копій. Для прискорення процесу розмноження використовувалася копіювальний папір. При листуванні вручну (кульковою ручкою) на газетному папері (50 г/м²) чітко виходило три копії, при використанні друкарської машинки - п'ять копій. На цигарковому папері копій виходило більше, але через її напівпрозорості можна було використовувати тільки одну сторону листа.

У 1970-х роках для розмноження самвидаву працівники великих радянських інститутів стали використовувати принтери і плотери, а також папір великих форматів. Для розмноження машинописного самвидаву в тих же інститутах стало використовуватися ксерокопіювання (одним із заходів боротьби з подібним з боку влади і начальства був строгий облік і контроль використання подібної техніки). Ілюстрації перед розмноженням фотографувалися, друкувалися на фотопапері як звичайні фотографії і вклеювали вручну в готове видання. Іноді фотографувалось (на стандартну 35-мм плівку) все видання цілком. Негативи використовувалися для передачі матеріалів за кордон і для розмноження.

Методом самвидаву поширювалися не тільки літературні твори, публіцистика і зображення, а й музика. Аудіотвори або нарізалися голкою саморобного фонографа на старих рентгенівських знімках («на кістках») (50-е - 60-і роки), або записувалися на магнітофон і згодом копіювалися друг у друга. У 1970−1980-х рр. це породило феномен магнитоальбомів. Після ж 1987 р. заборони, що викликали до життя самвидав, були скасовані.

Стрімкий обрушення «залізної завіси» і перекроювання законодавства збіглися за часом зі свого роду технічною революцією - в Радянський Союз прийшли раніше штучно стримувані на його кордонах нові технічні засоби передачі і тиражування інформації: фотокопіювальні машини (в просторіччі ксерокси), комп'ютери.

Долі самвидавівського періодики виявилися різноманітні. Багато видань припинили самостійне існування. Деякі влилися в нові легальні видання. Самвидав, як літературний, так і політичний, відстоював суверенність

особистості, відроджував людську гідність, планомірно розтоптуючи режимом. Висновки з історії радянського самвидаву мають тому загальнолюдський зміст.

**Мелінчук Яна**
студентка 3 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: ст. викладач Микитів Г. В.

## ОФОРМЛЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ТЕКСТУ В СУЧАСНИХ ГАЗЕТАХ

Важливим для вивчення тексту є розкриття його одиниць і правил їх оформлення, куди відносять правила оформлення елементів тесту.

До них відносять **рубрики, переліки, назви, скорочення, виділення, числа, дати, одиниці виміру, цитати, епіграф** і **присвяту**. Всі ці елементи відіграють важливу роль у сприйнятті тексту реципієнтом.

Предметом дослідження є такі елементи тексту: **числа, дати** та **одиниці виміру**.

**Число** – це поняття, за допомогою якого передається кількість і проводиться лічба [4, с. 330]. Щодо поняття **дати**, то воно означає календарний час будь-якої події. А **одиниця виміру** – це умовна величина, яку прийнято за основу при вимірюванні, визначенні однорідних з нею величин.

Науковцями були створені певні норми, положення та шаблони, за якими потрібно оформлювати числа, дати й одиниці виміру в тексті.

Для написання в текстах **чисел** використовують загальноприйняті норми. У повідомленнях числа можуть бути вказані словами (кількісними чи порядковими числівниками) або цифрами (арабськими чи римськими) [2, с. 267]. Дослідниця Н. Регідайло все ж наголошує, що словесна форма, як правило, рекомендується для художньої та близької до неї літератури, оскільки цифри надають тексту діловий характер [3, с. 27]. До вимог оформлення та написання чисел відносять і позначення часу дня. Щодо цих правил, то їм приділяють увагу такі дослідники: З. Партико, А. Капелюшний, Т. Крайнікова. А найбільш ґрунтовно згрупували правила та норми написання моменту часу А. Мільчин і Н. Регідайло.

Деякі дослідники не виділяють окремо написання **дат**, а вносять ці правила загалом до чисел.

Щодо дат у науково-технічних документах, то їх форма написання зазначена у ГОСТ 7.64-90 «Представление дат и времени дня. Общие требования».

Стосовно **одиниць виміру**, то розрізняють назву величини виміру, її символьне позначення, назву одиниці (повну), якою її вимірюють, та позначення цієї одиниці (скорочене).

Для контролю одиниць виміру в текстах повідомлень використовують ГОСТ 8.417-81 «Единицы физических величин». У цей стандарт, зокрема, входять такі загальноприйняті позначення: градус кутовий (°), градус Цельсія (°С), хвилина кутова (′), процент (%), проміле (‰), секунда кутова (″) та ін.

Деякі одиниці виміру, якими користувалися раніше, для вжитку заборонені і на це має звертати увагу кожне видання.

А найбільш загальні правила, шаблони та норми для написання одиниць виміру в засобах масової інформації виділяють дослідники: З. Партико, Т. Крайнікова, А. Мільчин, Н. Регідайло.

Проаналізуємо написання чисел, дат та одиниць виміру у всеукраїнській газеті «Сегодня», в окремих номерах загальнонаціональної газети «День», у всеукраїнській газеті «Сільські вісті». У виданнях яскраво представлені усі досліджувані нами елементи тексту. Майже завжди саме ці елементи оформлюються правильно, але є і винятки, які погіршують якість матеріалів.

Серед проаналізованих газет найчастіше використовується такий елемент тексту, як **числа**, оскільки вони включаються як у саму дату, так і в одиницю виміру. І найчастіше вони вживаються у вигляді цифр, це полегшує сприймання інформації реципієнтом і дає змогу вмістити в матеріал більше даних. Наприклад, *«За час війни від **20 березня 2003 року** в Іраку загинуло, за різними джерелами, від **104 тисяч** до **1,1 мільйона** мирних жителів, **4421** військовослужбовець США, понад **півтори сотні** вояків інших країн, у тому числі **18** з України, **9 тисяч** іракських урядових військовиків, до **50 тисяч** повстанців і терористів».*

Дуже багато дат зустрічається в газеті «День», і порушення щодо цих елементів тексту незначні. Вони стосуються тільки слова «рік» при них. Наприклад, *«Отже, **1999 року**, коли Кучма балотувався на другу каденцію у президенти, Янукович зробив на Донеччині для нього **69%** голосів».*

Порушень найбільше було виявлено в газеті «Сегодня». Взагалі, у цьому виданні велике нагромадження різних чисел, тому це погіршує сприймання матеріалу. Наприклад, *«Итого 3 новогодних дня в Карпатах на 1 человека (с одним днем катания) – около 1700 грн».* Відхилення стосується, в основному, написання цифрової та словесної форми чисел. Але така велика кількість цих елементів тексту пояснюється тим, що найчастіше інформація в газеті несе статистичні дані, які неможливо замінити, хоча й варто було б подати у вигляді таблиці.

У газеті «Сегодня» були виявлені порушення при написанні дат на початку речення та абзацу, де вони є неприпустимими: *«**30** брошенных квартир на берегу Азовского моря в городе Приморск (Запорожская обл.) местные власти пообещали подарить тем семьям, которые не в состоянии купить себе жилье».* А ось щодо одиниць виміру, то їх оформлення було кращим, ніж у газетах «День» і «Сільські вісті». Наприклад, *«Но 3 января потеплело до **+5 °С**, и снег быстро сошел»*. А рідше використовуються як вага: *«Есть другой стандарт: продукт сырный (он обычно стоит **40-50 грн/кг**), в нем допускается содержание гидрогенизированных растительных жиров от **20** до **100%** (это уже зависит от ТУ – технических условий, которые определяет сам производитель)».*

Газета «Сільські вісті» часто допускала помилки в позначенні одиниць виміру, нерідко вони подавались не у вигляді знака, а в словесній формі. Наприклад, *«Але втішає й те, що площа збирання на **183 тисячі** га більша від*

*торішньої, це* ***502,8 тис****. га. Цукристість теж вища: на сьогодні* ***13,6 відсотка*** *проти* ***13,3*** *у минулому році».*

Найрідше вживаються одиниці виміру, тому що вони, у свою чергу, набираються при числах. Символів на позначення одиниць виміру дуже багато. Вони використовуються в науковій і науково-популярній літературі, а в газетах, в основному, для позначення температури, частки певного числа від цілого, швидкості. І також символьне позначення, а не словесне дає змогу швидше і простіше сприймати інформацію.

Дослідивши специфіку оформлення елементів тексту на шпальтах друкованих періодичних видань, можемо дійти висновку, що газети, в основному, дотримуються норм і правил, але є й винятки, коли видання в одному матеріали використовують варіації щодо написання чисел або одиниць виміру.

Література

1. Единицы физических величин. ГОСТ 8.417-81. – [Утвержден от 1981-03-19]. – М. : Издательство стандартов, 1981. – 20 с.
2. Партико З. Загальне редагування: нормативні основи: Навчальний посібник / З. Партико. – Л. : ВФ Афіша, 2006. – 416 с.
3. Регідайло Н. Елементи та особливі види тексту / Н. Регідайло // Вісник Книжкової палати. – 2001. – №11. – С. 24-30.
4. Словник української мови: В 11 т. – Т.11. – К. : Наукова думка, 1980. – 700 с.

**Мельник Марія**
студентка 4 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: викладач Костюк Ю.В.

## РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Розвиток ринку освітніх послуг переживає сьогодні процес реформування самої системи освіти. Закони ринкової економіки, поява конкурентного середовища, підвищення вимог та очікувань цільових аудиторій диктують необхідність організації рекламної діяльності освітніми установами. Щороку зростає потреба ВНЗ у створенні спеціальних структур, відділів, які займаються питаннями розвитку та просування закладу на ринок. Деякі освітні установи вже займаються роботою з формування стратегії і тактики маркетингової та комунікаційної діяльності. Дослідженням теоретичних аспектів організації рекламної діяльності ВНЗ займались такі науковці, як: Т.Оболенська, О.Кавєріна, О.Лєдкова, Д.Шевченко, О.Панкрухін.

Реклама вищих навчальних закладів використовує різноманітні форми і має у своєму розпорядженні велику кількість засобів, які можна об’єднати у групи. Однією з них є група рекламно-інформаційних матеріалів. Вибір носія рекламної інформації обумовлений специфікою товару (послуги), що запропонований на ньому. Практичний досвід свідчить по те, що вищу ефективність серед носіїв реклами ВНЗ мають друковані джерела [1]. Такі матеріали можуть бути використані під час роботи з покупцями, у рамках

розсилки, на ділових зустрічах, виставках та ярмарках. Їх вибір залежить від таких факторів: мета, яку ставить перед собою організація, рівень фінансування та творчий підхід у рекламній діяльності.

Науковці Ю. Миронов та Р. Крамар до рекламно-інформаційних матеріалів відносять наступну продукцію: інформаційний лист, рекламна листівка, інформаційний листок, буклет, проспект, брошура, каталог, прес-реліз, календар та інші. За визначенням цих дослідників, інформаційний лист – це інформаційно-рекламний матеріал, що має форму листа, виконаний на фірмовому бланку. Такий лист дає коротку інформацію про організацію та напрямки її діяльності. Лист може бути індивідуальним (призначений для одного адресата) або типовим (адресований декільком клієнтам). Об'єм листа повинен бути невеликим, стиль написання – вільним, пропозиції – лаконічними. На думку науковців, інформаційний листок відрізняється від листа тим, що не містить атрибутів адресата і розрахований не на конкретну особу, а на категорію відвідувачів організації, виставки. За змістом інформаційний листок подібний до інформаційного листа. Наступний вид – це рекламна листівка, яка є носієм суто рекламної інформації про конкретний товар або послугу. Вона виділяється яскравим оформленням з використанням ілюстрацій, фотографій, рекламних слоганів. Ю. Миронов та Р. Крамар визначають привернення уваги до організації (послуги/товару) головним завданням рекламної листівки [3,43-44].

Буклет – малоформатне, кольорове рекламне видання, виконане на якісному папері, яке містить ілюстрації, опис діяльності організації чи конкретного товару, послуги. Дослідники відносять його до престижних рекламних матеріалів іміджевого характеру і найбільш популярних засобів рекламування. Проспект за оформленням подібний до буклету, але відрізняється більшим об'ємом, у ньому переважають кольорові фотографії, діаграми. Часто проспект присвячений річниці створення фірми чи її ювілею. Науковці визначають брошуру як розширений варіант проспекту. Брошури – це друковані рекламні засоби, які мають об'єм більше ніж 20 сторінок. Ця рекламна продукція містить детальну інформацію про властивості товарів, особливості, способи застосування. Їх розсилають чи вручають зацікавленим особам, додають до покупок [3,45].

На думку російської дослідниці О. Кавєріної, специфіка рекламно-інформаційних матеріалів вищого навчального закладу залежить від цільової аудиторії, для якої вони призначені. При підготовці матеріалів варто визначити для початку дві групи: матеріали для зовнішніх цільових аудиторій (старшокласники, абітурієнти, потенційні споживачі курсового навчання, партнери, члени професійних співтовариств) і для внутрішніх цільових аудиторій (студенти, аспіранти, викладацький склад та адміністративні співробітники) [2]. Можемо виділити основні типи рекламно-інформаційних матеріалів ВНЗ:

- рекламно - інформаційні матеріали представницького класу. Ця продукція призначена для партнерів і друзів ВНЗ, почесних членів і співробітників, має яскраво виражений іміджевий характер, символічне значення, обмежений

наклад. Креативна ідея, візуальний образ, рівень і якість виробництва таких корпоративних подарунків підкреслюють ексклюзивність володіння, обраність і статусність кола осіб, для яких призначені ці символічні речі. Традиція таких знаків корпоративної приналежності характерна для більшості європейських та американських освітніх установ;

- рекламно-інформаційні матеріали та корпоративні сувеніри «масового попиту» для різних цільових аудиторій, які прагнуть отримати загальну стартову інформацію про ВНЗ. Такі матеріали готують для проведення зустрічей зі школярами, роботи на виставках освіти, для проведення різних спеціальних подій вищого навчального закладу;

- спеціалізовані рекламно-інформаційні матеріали для певної цільової аудиторії (абітурієнти, бакалаври, випускники). Залежно від цілей, завдань та цільових аудиторій або спеціальних подій можуть створюватися спеціалізовані випуски рекламно - інформаційної продукції, наприклад, спеціальний буклет для абітурієнтів або першокурсників. Завдання буклету для абітурієнтів продемонструвати освітні можливості вищого навчального закладу, закріпити бажання абітурієнта вчитися саме в цьому ВНЗ. Розповсюдженим серед матеріалів цього типу є лифлет (різновид буклету). Це кольорова поліграфічна продукція, надрукована на одинарному аркуші, який складають певним чином (навпіл, «гармошкою» і т.п.);

- інформаційні матеріали для першокурсників – це метод просування вищого навчального закладу і формування почуття корпоративної ідентичності вже серед внутрішніх аудиторій. Створення та вручення такого буклету разом зі студентським квитком на Святі першокурсника - ефективний крок на шляху розвитку корпоративної культури вищого навчального закладу. Завдання такого роду корпоративного буклету - дати орієнтири, розповісти, як вчитися у цьому вищому навчальному закладі, які додаткові освітні можливості пропонує установа, познайомити з керівництвом вищого навчального закладу та його структурою, ввести в курс повноцінного студентського життя [2, 51-54].

Вітчизняні вищі навчальні заклади ефективно використовують рекламно-інформаційні матеріали як складову ярмарково-виставкової діяльності. Наприклад, запорізькі ВНЗ, які були учасниками виставкового заходу «Ярмарок освіти – 2012», презентували інформаційні листки, рекламні листівки, проспекти, брошури. Від кожного освітнього закладу була представлена певна кількість буклетів, які є одним з найбільш популярних засобів рекламування. Широко використовувались лифлети іміджевого характеру (загальна інформація про ВНЗ), кожного факультету, спеціальності або напряму підготовки, інформаційні буклети для абітурієнтів та бакалаврів.

Отже, використання рекламно-інформаційних матеріалів – ефективний та необхідний засіб просування вищого навчального закладу. Це зручний та досить дешевий, у порівнянні з іншими, спосіб інформування та підтримки власного іміджу. До обов’язкових відносять наступні рекламно-інформаційні матеріали ВНЗ: лифлети (іміджевого характеру із загальною інформацією про освітню установу, про кожний факультет, спеціалізовані для конкретних цільових аудиторій, про додаткові освітні послуги вищого навчального

закладу), кольоровий представницький буклет, книга про ВНЗ представницького класу. Вибір та використання інших видів продукції залежить від рівня фінансування рекламної діяльності освітнього закладу та маркетингової стратегії установи.

Література

1. Маркетинг образовательных услуг / А.П. Панкрухин. – М., 2003. – 159 с.
2. Организация рекламной деятельности ВУЗа / Е.А. Каверина. – СПб., 2007. – 159 с.
3. Основи рекламної діяльності / Ю.Б. Миронов, Р.М. Крамар. – Дрогобич, 2007. – 108 с.

**Микитів Олександр**
студент 3 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Романюк Н.В.

## ІНФОРМАЦІЙНА ГРАФІКА ЯК ЗОБРАЖАЛЬНИЙ ЗАСІБ У ЗАПОРІЗЬКИХ ГАЗЕТАХ

Найцікавішою серед запорізької преси та одним із найкращих регіональних видань з точки зору інфографічного оформлення є газета **«Индустриальное Запорожье»**, у кожному номері якої обов`язково зустрічаємо якийсь із різновидів інформаційної графіки або навіть декілька.

Особливістю газети є наявність великої кількості «повітря», використання великих заголовків. Видання орієнтоване не на кількість, а на якість, саме тому бачимо на його сторінках яскраві приклади інформаційної графіки та невелику кількість текстового матеріалу. Газету можна охарактеризувати як інформаційне видання – аналітичні журналістські матеріали тут фактично відсутні – така особливість має свій вплив на оформлення сторінок.

У газеті «Индустриальное Запорожье» зустрічаємо приклади усіх різновидів інформаційної графіки, причому використовуються вони на тематичних сторінках. Цікаво, що в газеті наявна інфографіка як у вигляді доповнення до журналістської публікації, так і у вигляді окремого матеріалу.

Наприклад, замітка про перекриття руху до Космічного мікрорайону супроводжується ***схемою*** руху транспорту на час ремонту. Завдяки чіткій схемі, користувачі транспорту, навіть не читаючи тексту, можуть зрозуміти, у який спосіб здійснюватиметься об`їзд.

Часто на сторінках видання можемо побачити складні форми інформаційної графіки, які включають в себе більше двох її різновидів. Характерною особливістю є те, що складні форми найчастіше виступають як самостійний жанр, який являє собою інформаційний матеріал, що у стислій формі викладає сутність теми. Наприклад, інформаційна графіка «Чернобыльская катастрофа» включає в себе **схему** радіаційного забруднення, ***список*** фактів щодо трагедії, план Чорнобильської АЕС.

Інформаційна графіка «Католическая церковь в мире» складається з ***карти*** без жодних умовних позначень та діаграм, які відображають кількість

католицького населення в різних частинах світу. Ілюстрація миттєво відображає світову статистику. Виражальною властивістю в даному разі виступає використання двох різновидів інфографіки одночасно, що значно підвищує її виражальні можливості. Це надає ілюстрації більшої наочності у порівнянні з використанням простих форм інформаційної графіки.

Цікавим прикладом інфографіки є матеріал під назвою «Демографический кризис в Украине». Основа ілюстрації – ***графік***, що відображає зміну кількості населення в Україні. Важливі моменти історії відображені на ньому цифрами, кожна з яких супроводжується невеликою текстівкою, де окреслюються основні риси того періоду. Застосовуються елементи малюнків. Отже, за допомогою інфографіки газета підштовхує до «читання» ту категорію комунікантів, яка звикла розглядати ілюстрації. Виражальна можливість такого виду інформаційної графіки полягає в поданні текстової форми матеріалу за допомогою використання принципів оформлення ілюстрації

Досить активно останнім часом інфографіку почав використовувати тижневик **«МИГ»** У ньому можна виділити декілька характерних особливостей щодо інфографічного оформлення. У кожному номері газети розміщуються результати опитування читачів з якоїсь теми, що представлені у вигляді ***стовпчикової діаграми***, поряд з якою розміщується певне ***піктографічне зображення***. Наприклад, до діаграми, що містить результати опитування про поведінку батьків у разі вагітності неповнолітньої доньки, додано схематичне зображення лелеки. Таке дизайнерське оформлення пожвавлює зображення, привертає читацьку увагу, вказує на відносність статистичних даних (результати опитування не можна вважати репрезентативними, оскільки на запитання відповідають тільки читачі газети, які користуються мережею Інтернет).

***Діаграми*** про результати опитування читачів мають у газеті «МИГ» конкретний інформаційний привід – журналістську публікацію з тієї ж теми. Питання заздалегідь розміщується на сайті газети, тобто опитування читачів проводиться протягом певного часу напередодні публікації.

Незмінним є оформлення сторінки «Неделя», яка містить різноманітну практичну інформацію. На цій сторінці читач ознайомлюється з астрологічним прогнозом, який супроводжується зручною ***таблицею*** «Лунный календар» з позначенням місячного дня, часу сходу та заходу місяця, афішею, інформацією про дні ангела, ювілеї, народні прикмети, релігійні свята та ін. Вся інформація сторінки представлена у вигляді ***списків*** і ***таблиць***, що робить її зручною для зчитування, а однакове оформлення з номера в номер викликає у читача звикання до того, що кожного тижня він знаходитиме корисну інформацію саме на цій сторінці.

Для газети «МИГ» характерним є також використання ***таблиць*** і ***списків*** у рубриці «Власть под мікроскопом». Таке оформлення журналістського тексту допомагає уникати завеликих за обсягом публікацій і стисло інформує про основні зміни в законодавстві.

Найбільш поширеними в цьому виданні є інфографіка на міжнародні

теми, а також така, що пояснює роботу різноманітних пристроїв. Що стосується форми подачі інформації, то в газеті «МИГ» використовуються майже всі види інфографіки, але найбільш часто можна зустріти ***графіки***, ***діаграми*** та ***картографічну інформацію***. Окремо необхідно наголосити, що в даному виданні дуже часто застосовуються змішані види інфографіки, що складаються з поєднання кількох різновидів.

Щодо різновидів інфографіки, то в тижневику «МИГ» простежено декілька характерних особливостей інфографічного оформлення. Зокрема, у кожному номері газети на другій сторінці результати бліц-опитування читачів з якоїсь теми, представлені у вигляді ***горизонтальних колонок***, поряд з якими подається ***піктографічне зображення***, яке візуалізує тему. Наприклад, до ***графіка***, що містить результати опитування про налаштування на робочий лад після свят, подається ***малюнок*** із зображенням втомленого, байдужого працівника офісу. Горизонтальні колонки відображають рейтинг, поданий у процентному співвідношенні. Колонки розташовуються в порядку збільшення їхньої довжини і, таким чином, допомагають порівняти відповіді читачів. Угорі графіка розташовується найбільша горизонтальна колонка, за нею – менші. Таке дизайнерське оформлення пожвавлює графік, привертає читацьку увагу, вказує на відносність статистичних даних, оскільки відповіді на питання бліц-опитування подають користувачі сайту газети. Тема бліц-опитування в газеті «МИГ» має інформаційний привід – наближення святкових вихідних тощо. Питання заздалегідь розміщується як на сайті газети, так і в черговому номері, що сприяє опитуванню читачів упродовж певного часу.

Значно рідше в газеті використовуються ***вертикальні колонки***, за допомогою яких зіставляються різні величини. Зокрема, публікацію «Почему на самом деле повышают тарифы на электроэнергию» супроводжує ***графік***, у якому порівнюється виробництво і використання електроенергії в області протягом 2005-2009 років. У світлому стовпці представлено виробництво електроенергії, а в затемненому – її виробництво. Отримані дані вимірюються відсотками, однак крім чисел, інформацію представляють різні за розмірами колонки.

Поширеним у тижневику «МИГ» є використання ***секторального графіка***, при сприйнятті якого читач спирається на лінії поділу і сильні точки, розміщені відносно стабільних елементів. Сектори не розташовані в порядку зростання чи зменшення показника і тому їх важко сприймати. Вихідною точкою у ***графіках*** «Структура количества наемных работников по отдельным видам экономической деятельности в 2010 году» виступає сектор. Такий вид графіка привертає увагу читача до одного або двох секторів, які є вихідними. Для кращого унаочнення інформації сектори графіка в першому прикладі мають неоднакове кольорове забарвлення. У двох великих секторах подано числову інформацію і її розшифрування. Дані до інших чотирьох блоків винесені за межі кола і тільки пряма сполучна лінія вказує на їх відповідність. У другому графіку коло поділене на три нерівних за обсягом сектори, у кожному з яких подані контрастні за формою і забарвленням геометричні фігури. Їх розшифрування розміщене окремо – справа від кола у вертикальній колонці.

Таке візуальне порівняння різних форм дозволяє зрозуміти кількісне співвідношення елементів.

Вдалим прикладом використання ***істограми*** вважаємо інфографіку до статті «Дети – показатель стабильности общества» в газеті «МИГ», яка відображує кількість дітей, що перебувають у дитячих притулках Запорізької області. Така інфографіка дає можливість не лише виявити кількісні відношення між величинами, а й простежити їх структуру.

Використання в газеті ***таблиці*** щодо інформації про передплату газет «МИГ» і «Авоська» сприяє охопленню всієї інформації одним переглядом. Таблиця складається з чотирьох колонок, інформацію в яких можна зіставити.

Таким чином, можна стверджувати, що на сторінках тижневика «МИГ» інфографіка виконує роль актуалізатора читацької уваги, а графіки і діаграми, які активно використовуються у виданні, сприяють візуалізації інформації.

Тижневик журнального типу **«Суббота плюс»** позиціонує себе як всеукраїнська газета, що зумовлює тематичну специфіку і вибір ілюстративного матеріалу для технічного оформлення видання.

Особливістю газети є щомісячна публікація астрологічного прогнозу у вигляді ***піктографічної таблиці***. У стовпчиках розміщуються числа місяця, у рядках – назви знаків зодіаку, на їх перехрестях – піктограми, які є астрологічним прогнозом на день для певного знака. Іншою характерною особливістю газети є щорічна публікація місячного календаря на весь рік. Він зручно оформлений, містить інформацію про фази місяця, час сходу та заходу, час переходу в інший знак. Календар-таблицю розміщено в такий спосіб, що читач може вийняти його з газети і повісити на стіну.

На сторінках газети «Суббота плюс» спостерігаються також спроби створення ***картосхем***. Проте їх не можна назвати якісними. Наприклад, картосхема, що містить інформацію про можливе розташування гіпермаркету «МЕТРО», замала за своїм обсягом, порівняно з журналістською публікацією, зображення на ній нечітке, що може роздратувати читача.

Таким чином, інфографічне оформлення запорізької преси має як спільні, так і відмінні риси. До спільних рис можемо віднести використання піктограм у гороскопах, прогнозах погоди, застосування картосхем для відтворення картин подій чи місця розташування певних об`єктів. Особливістю інфографічного оформлення переважної більшості запорізьких газет є використання простих форм інфографіки – таблиць і списків.

Отже, на виражальні можливості інфографічної форми подачі інформації сучасної преси впливають розмір ілюстрації, кількість розташованих на ній елементів, використання кольорів або їх відтінків, вибір відповідного різновиду інформаційної графіки для вираження відомостей з певної тематики, поєднання декількох різновидів інфографіки.

**Міфтахова Анна**
студентка факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доцент Санакоєва Н.Д.

## ПРЕЗЕНТАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ BTL-КОМУНІКАЦІЙ

Мета будь-якої сучасної презентації – полегшення процесу сприйняття інформації за допомогою образів.

Характер презентації визначається її цілями, особливостями аудиторії, виконавцем, а також низкою інших чинників. Так, мета презентації може бути популяризаторська або рекламно-інформаційна, науково-просвітницька або освітня. Прикладами презентацій є як повідомлення, опубліковане на звичайній інформаційній дошці, так і демонстрація виставленого експоната, а також доповідь перед аудиторією. Сьогодні поширення набули мультимедійні демонстрації завдяки можливості багатоаспектного, різнопланового погляду на об'єкт такої презентації.

Вагомий внесок у вивчення BTL-комунікацій, зокрема організації презентацій, внесли такі вітчизняні дослідники як В.В. Божкова [1], І.В. Олійник [2], Г.В. Охріменко [3], С.Б. Романишин [4], В.О. Шпаковський [5].

Метою наукової розвідки є дослідження особливостей організації окремого інструменту BTL комунікацій – презентації. Для досягнення поставленої мети необхідно виконати низку завдань: розглянути сутність поняття та переваги використання презентації; визначити основні етапи проведення презентації; розробити сценарій проведення презентації видавничої групи «Паблішер» для Спілки фотохудожників м. Запоріжжя.

Презентація – це сильний прийом впливу на партнерів, потенційних клієнтів і колег. Це представлення фірми, особи, продукту аудиторії. Так, презентація фірми може проводитися: 1) з нагоди відкриття або створення фірми; 2) щорічно, наприклад, презентація, що демонструє нові досягнення та результати роботи компанії, її нове обличчя; 3) при виході на нові ринки, наприклад, презентація фірми в країні створення філії, підрозділу або представництва. Завдання презентації – створити сприятливе враження у гостей, а не втомити їх просторовими роздумами.

Проведення презентації включає етапи:

1. Визначення мети (або цілей та їх пріоритетів): залучення нових клієнтів; формування іміджу в діловому середовищі, залучення нових партнерів, постачальників, споживачів, інвесторів, поліпшення відносин з місцевою громадськістю та / або адміністрацією.

2. Генерування ідеї (основного задуму) презентації та її концептуалізація; визначення місця і термінів проведення, складу учасників – господарів та запрошених; зразкового бюджету.

Краще проводити презентації після обіду – о 15-й годині. Тривалість – 1,5-2 години. Після закінчення - коктейль або фуршет тривалістю 1-2 години. Гостям зазвичай розсилаються спеціальні запрошення з інформацією, що дозволяє оцінити доцільність своєї присутності. У запрошенні слід вказати місце, час (від і до) проведення презентації, програму, склад учасників і гостей,

а також орієнтири і шляхи досягнення місця проведення (станції метро, маршрути транспорту).

3. Розробка сценарію (програми). Відкриває і веде програму посадова особа фірми, що представляє її власною персоною. Це може бути керівник служби ПР, або служби маркетингу. Ведучий повинен вміти добре говорити, мати хорошу дикцію і вміти вести себе публічно.

Усі ці етапи були застосовані в організації презентації видавничої групи «Паблішер», проведеної для Спілки фотохудожників м. Запоріжжя. Сценарій заходу будувався за такою схемою:

– ведучий представляє присутніх представників фірми, а також, окремо, присутніх найбільш цікавих всім іншим осіб;

– демонструється промо-ролик компанії, що відображає інноваційність, суспільну значимість, актуальність, оригінальність, творчу та технологічну новизну роботи видавничої групи;

– ведучий, разом зі своїм колегою роблять доповідь на 20 хвилин. У той час, як ведучий розповідає про основні напрями роботи видавничої групи, асистент демонструє продукцію, про яку говориться. Інформація, що подається, після кожного пункту переривається блоком питань-відповідей між респондентами та представниками видавничої групи;

– проводиться анкетування запрошених з метою дізнатися про ступінь ознайомленості фотографів із діяльністю видавничої групи «Паблішер», асортиментом та напрямами роботи підприємства, зацікавленість новим продуктом на запорізькому ринку поліграфії – фото книгами;

– слово надається гостям для виступу з коментарями, зауваженнями, побажаннями та привітаннями;

– запрошеним вручаються сувеніри, рекламні матеріали, пам'ятки;

– ведучий підсумовує все, про що йшлася мова у презентації, від всіх представників фірми дякує присутніх за увагу та запрошує на фуршет;

– фуршет, тобто менш формальна частина, дозволила запрошеним встановити контакти з представниками компанії, що проводила презентацію і один з одним; неформально обмінюватися інформацією.

Мало продумати розташування, час, мету заходу. Треба ще й вдало подати необхідну інформацію, залучаючи авторитетних для респондентів осіб, роблячи вербально і візуально акценти на найважливішому. І, звичайно, варто не забувати, що створення відповідної творчої та дружньої атмосфери серед запрошених – це велике мистецтво. Необхідно створити гостям умови для встановлення професійних зв’язків, які в подальшому сприятимуть їх творчій діяльності.

**Висновки.** BTL-заходи дають можливість швидко адаптуватися до посилення конкуренції, підвищення потреб споживачів, змін технологій, появи нової інформації, що в останні роки характерно для розвитку українського ринку рекламних послуг. Дедалі популярнішим сьогодні стає таких інструмент BTL – комунікації, як презентація. Її розробка та проведення – складний

процес, який має враховувати дуже багато як технічно-організаційних моментів, так і суто психологічних. Проте не варто забувати й про інші елементи BTL-реклами й інтегрованих маркетингових комунікацій, які в комплексі підвищать ефективність організації промо-заходу – презентації.

Література

1. Визначення етапів розвитку ринку маркетингових комунікацій в Україні/ В.В. Божкова. – Суми, 2010. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Emp/2010_22_2/11Bozhk.htm.
2. Аналіз ефективності промо-акцій / В.В. Божкова, І.В. Олійник. – 2011. - №2. – с. 81 – 87.
3. Використання BTL - реклами й інтегрованих маркетингових комунікацій у рекламній стратегії просування товару на ринок / Г.В. Охріменко. – Луцьк, 2009. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvvnu/filolog/2009_23/R2/Okhrimenko.pdf.
4. Тенденції розвитку BTL – ринку в Україні / Романишин С.Б. – Львів, 2007. – №17.4.
5. Организация и проведение рекламних мероприятий посредством BTL – коммуникаций: учебное пособие/ В.О. Шпаковский, Я.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. – М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и К°», 2008. – 129 с.

**Мошківська Тетяна**
студентка 3 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Романюк Н.В.

## ОСОБЛИВОСТІ КНИЖКИ-ІГРАШКИ КНИЖКОВОГО РИНКУ ЗАПОРІЖЖЯ

Знайомство з книгою починається з дитинства. Література для дітей є, була і буде простором конструювання життєвих ситуацій, а однією з важливих функцій такої літератури (звісно, окрім естетичної) є навчально-виховна. У спілкуванні дитини з книгою майже немає прагматизму, переважають емоції. Тому кожне дитяче видання повинно впливати на свого читача як змістом, так і легкістю викладу, а також виразністю мовностилістичної форми, цікавим ілюстративним вирішенням, кольором, незвичною пластичною формою, матеріальною конструкцією.

Дослідниця Е. Огар, виходячи з базової дефініції терміна «видання», поданої в ДСТУ 3017-95 «Видання. Основні види. Терміни і визначення», пропонує терміном **дитяче видання** визначати виготовлене поліграфічним або іншим способом видання твору дитячої літератури на паперових та (або) непаперових матеріальних носіях (аудіо-, відеокасета чи компакт-диск, платівка тощо) [5, с.11].

За цільовим призначенням дитячі видання, як і види дитячої літератури, можна поділити на художні, пізнавальні і навчальні, науково-популярні, політично-виховні, довідкові [3]. За специфікою матеріальної будови розрізняють книжкове, аркушеве, комплектне видання і книжку-іграшку [1; 22].

У масиві дитячих видань трапляються всі названі матеріально-конструктивні форми — як друковані, так і виготовлені іншим способом (до виробництва книжок-іграшок залучаються ще можливості іграшкової індустрії): книжкове, журнальне, аркушеве, карткове, плакатне, комплектне видання, книжка-іграшка. На вітчизняному ринку найбільш поширеною конструкцією поки що залишається традиційне книжкове видання.

Серед видань, які різняться між собою за соціально-функціональним призначенням: художніх, пізнавальних і навчальних, Е. Огар виділяє окремий підвид – ужитково-розвивальну літературу. До цієї групи й відноситься об'єкт нашого дослідження – **книжка-іграшка**. Особливістю підвиду є те, що поруч з традиційними літературними та публіцистичними жанрами використовуються власне дитячі жанри: казки, загадки, читайлики, думалки, розважалки, веселі абетки, лічилки, які спрямовані на розвиток інтелектуальних здібностей, а також видання, що слугують для розвитку уяви та творчих здібностей – книги-іграшки. Пізнавальна книга сприяє розширенню знань, дає знанням всебічну характеристику, структурує їх [5, с.48].

Існування книжки-іграшки зумовлене особливостями початкового (дошкільного) періоду розвитку дитини. У цей період дитина жадібно ловить зовнішні подразнення, отже, видавець, створюючи книгу, інстинктивно прагне посилити її ефективність звуконаслідуванням, театралізованою або конструктивною грою, зв'язком книжки з іграшкою. Книжки-іграшки дозволяють збагачувати заняття дітей, поєднувати гру із читанням, сприяють розумовому та естетичному розвитку дітей.

Книжка-іграшка – це видання особливих конструктивних форм, призначене для розумового та естетичного розвитку дітей [3]. С. Антонова наводить ідентичне визначення, а Е. Огар визначає книжку-іграшку як оригінальний за конструктивним вирішенням різновид видань [6, с.64]. С. Болховітінова називає книжками-іграшками складені у вигляді будь-якої фігури, гармошки та ін. видання, які містять картинки та текст [2, с.27].

У свою чергу, книжка-іграшка поділяється на свої підвиди, які сформувалися під впливом функцій, які вони виконують. Проаналізувавши всі відомі у видавничій практиці типи книжок-іграшок, сформуємо свою класифікацію, до якої включаємо: книжку-забавку, музичну книжку-іграшку, книжку-розкладанку, книжку-шопку, книжку-куліску, книжку-вирубку, книжку-панорамку, ажурну книжечку, книги з серії доторкнися і відчуй, пальчикові книжки-іграшки, книжки-малятка, книжки-фігури, а також книжки з новітніх матеріалів.

При проектуванні дитячого видання продуманий вибір таких параметрів, як кегль, гарнітура, насиченість, написання шрифтів, інтерліньяж є надзвичайно важливим — як з боку функціонального, так і з боку естетичного. Дитина ні в якому разі не повинна мати труднощів з розрізненням окремих шрифтових знаків. Тому у виданнях для малюків доцільно використовувати такі гарнітури шрифтів, які завдяки своїм графічним ознакам — стилю, ритму, пропорціям, формі кінцевих елементів, оптичним властивостям — робили б текст максимально читабельним. Дитина повинна без надмірних зусиль фіксувати

різницю у будові букв, цифр, розділових знаків, легко їх запам'ятовувати [5, с.139].

У аналізованому виданні книжки-панорамки від видавництва «Ранок» за 2011 рік «Цуценя-мандрівник» (російської мовою) на книжковому розвороті текст набраний 16 кеглем рубаною журнальною гарнітурою широкого прямого накреслення, розміщений симетрично, впорядковано, що допомагає дитині звикнути до читання, зрозуміти принцип його розміщення. Шрифт є чітким та контрастним, читабельним, однак позбавленим будь-якої художньої вартості. Немає ніякого додаткового тексту, підписів під малюнками. Варто зазначити, що чим молодший за віком читач, тим більшого кегля має бути шрифт. Текст книг для найменших дітей набирають, як правило, шрифтами великих кеглів — 14, 16, 18, 20 [4]. Варто сказати, що паралельно з вибором шрифтів повинно розв'язуватися питання про інтерліньяж. Шпальта набору, «завантажена» дрібним кеглем водночас з малим інтерліньяжем недопустима в дитячій книзі — читати її важко, і вона психологічно відлякує дитину від читання. Отож редактори видання «Цуценя-мандрівник» серйозно підійшли до шрифтового оформлення книжки, про що свідчить відповідність усім вимогам. Книжка розгортається у вертикальній площині, а текст розміщений симетрично, завжди на одному місці – внизу сторінки, розбитий на дві або на одну колонку. Якщо згодом дитина сама почне читати цю книгу, або ж вчити віршики напам'ять, вона з легкістю віднайде потрібний їй текст, адже він зручний для читання, водночас не відволікає маленького читача від розглядання ілюстрацій.

Відомо, що достатня кількість вільного простору на шпальті сприяє засвоєнню матеріалу, око встигає відпочити від тексту, щоби приготуватися сприймати наступний. Вільний простір навколо тексту вказує на його важливість і створює відчуття безпеки та довіри. Зазначимо, що в аналізованому виданні навколо основного тексту достатньо простору, він не обрамлений деталями малюнка або фону. Сприймається легко, нічого не заважає та не відволікає.

Основний текст у цій книжці-іграшці чорного кольору, подається на білому фоні. Сам по собі білий колір нейтральний та невиразний, проте його влучно використовувати як фон для інших кольорів. Саме тоді він набуває виразності, підсилює чистоту та виразність іншого кольору. Отож, на нашу думку, таке дизайнерське рішення є повністю виправданим. Загалом, книга оформлена відповідно до заявленої читацької аудиторії, а саме – для дітей дошкільного віку.

Важливим елементом художнього та поліграфічного оформлення видань є ілюстрації. У дитячій уяві постають кольорові, з яскравими характерами, виразними позами герої у динамічній композиції, яка створює ілюзію енергійного руху.

Книжка-панорамка «Диво-Джунглі» характеризується об’ємними картинками з наявністю рухомих елементів. Оформлення книжки вражає своєю ілюстративністю. Об’ємні малюнки, що рухаються в процесі гортання сторінок, створюють реалістичне враження. Маля з захопленням буде гортати таку книжку-іграшку, а згодом – читаючи, вивчати віршики. Ілюстрації, як це і

вимагається для дітей дошкільного віку, не переобтяжені деталями, чіткі, яскраві, великі, мають чіткі контури.

Доповнювальна функція ілюстрацій у дитячій книжці пов'язана з можливістю зображення розширити розуміння тексту, показати якийсь фрагмент у межах цілого або, навпаки, подати ціле в окремих його складових. У цьому виданні якнайкраще реалізується така функція, адже зображення повністю розкривають зміст віршиків, викликаючи додаткове враження. Наприклад, міміка дівчаток говорить про їх ставлення до того, про описується у тексті, і тим самим викликає у дитини потрібні емоції. Надзвичайно вдалим рішенням є подання саме рухомих елементів картинок, адже маля може погратись з «пащею» бегемота чи крокодила, «потримати за крила» гордого грифа. Довершені малюнки сприяють позитивному ставленню до зображуваного. Розвороти подані ніби на кольоровому синьому фоні. Фонове зображення повторює контури текстової підкладки, що забезпечує гармонійну цілісність сторінки. Хоч книга і містить простенькі віршики для дитини, ілюстрації тут допомагають більше розкрити текст, доповнити образи, зацікавити маленького слухача. Ілюстрація на розворотах цієї книги займає майже весь простір, а текст виглядає ніби приємний додаток, як підказка для батьків. На нашу думку, така книга стане найбільш корисною і цікавою для дитини упродовж всього дитинства. Видавець дотримується чинних вимог щодо ілюстрування цієї книжки.

Книжка-іграшка часто стає спонукаючим фактором, «хитрим» способом залучення дітей до творчості, мислення, вироблення у них відповідних розумових і практичних навичок. На відміну від звичайної дитячої книги, книжка-іграшка стимулює ігрову діяльність малюка, привертає увагу цікавою конструкцією, розвиває фантазію.

Варто зазначити, що в основному у виданнях поєднується кілька ігрових елементів. Тому віднести книжку до певного підвиду інколи важко, адже класифікація є ще недосконалою, видавці постійно використовують нові форми.

На книжковому базарі Запоріжжя переважають книжки-панорамки, книжки-фігурки, книжки-розмальовки, книжки-шопки, пальчикові книжки «абеткових» видань, книжки-вертушки, книжки-поробки, а також книжки-іграшки із серії «доторкнися та відчуй».

Література

1. Антонова С. Книга для детей: вопросы типологии и издания / С. Антонова. – М.: МГАП Мир книги, 1995. – 270 с.

2. Болховитинова С. Композиция изданий: Особенности проектирования различных типов изданий: учебное пособие / Б. Адамов, В. Кричевский, Е. Черневич, Н. Гончарова, А. Лепятский и др. – М.: Изд-во МГУП, 2000. – 166 с.

3. Видання. Основні види. Терміни та визначення: ДСТУ 3017-95. – К.: Держстандарт України, 1995. – 48 с.

4. ДСанПіН. Державні стандартні правила і норми. Гігієнічні вимоги до друкованої продукції для дітей. 5.5.6–138-07 (станом на 18 січня 2007 року,

№13) Міністерство охорони здоров'я України. – Режим доступу: http://www.balance.ua/ua/news/detail/6163
5. Огар Е. Дитяча книга: проблеми видавничої підготовки / Е. Огар. – Львів: АзАрт, 2002. – 160 с.

**Музалевська Анна**
студентка 6 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Плеханова Т.М.

## ДІАЛОГІЧНЕ МОВЛЕННЯ ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНА КАТЕГОРІЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ПРОСТОРУ

Періодом особливого загострення уваги науковців до явища діалогу вважаються 90-ті роки XX століття – саме у цей час проблема багатоаспектного дослідження діалогічного мовлення у різних суміжних галузях гуманітарного знання стає найбільш актуалізованою. Феномен діалогу, діалогічного мовлення був і залишається предметом вивчення філософів, культурологів, лінгвістів, літературознавців, мистецтвознавців, соціологів, психологів, педагогів, які досліджували різні його аспекти: як загальнолюдську реальність, форму людської свідомості; природу діалогу та діалогічність мислення; рольову діалогічну взаємодію у комунікації; психологічні аспекти діалогу; діалог у педагогічному спілкуванні; особливості, структуру, функції діалогу.

У журналістикознавстві існують різні погляди на визначення діалогу: «двобічне мовленнєве спілкування, яке виражається в обміні репліками-висловлюваннями, пов'язаними між собою змістовно і формально» [3, с. 160], «найприродніший засіб спілкування» [4, с. 85].

У «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» подано такі тлумачення терміна «діалог»: 1) «розмова між двома або кількома особами»; 2) «переговори, бесіди в порядку взаємного зондажу» («Зондаж» – від «зондувати» – (переносне): намагатися наперед довідатися про що-небудь, попередньо з'ясовувати якесь питання [2, с. 226, 382].

«Діалог на телеекрані – розмова, бесіда, мовне спілкування між двома і більше особами. Передача, у якій думка автора розгорнута у вигляді співбесіди та суперечки. В основі діалогу – традиції інтелектуального усного спілкування, бесіди знайомих, друзів, рідних [6].

На сучасному етапі діалогічне мовлення стає фундаментальною категорією розвитку вітчизняного телевізійного простору. Все більше програм, що продукуються українськими медіа-виробниками, фокусуються на феномені діалогу, який поступово перестає мати суто статус жанрової форми.

Мас-медіа, що набули значення незамінного комунікатора, постійно пропонують глядачам інформацію про зміни у навколишньому середовищі, події глобального масштабу, факти локального значення. Медіа є тим специфічним інформаційним ядром, навколо якого безперервно циркулюють факти, відомості. Уявити суспільство, позбавлене медіа продукту, практично неможливо. За допомогою ЗМІ відбувається формування практичної картини

світу, яка зосереджує увагу споживачів на найбільш значущих, нагальних моментах.

Телебачення стало тим ЗМІ, що повною мірою взяло на себе місію давати суспільству відповіді на актуальні питання. Як один з наслідків – ефір заполонили програми діалогічного характеру, гостями яких виступають відомі політики, соціальні та культурні діячі. У такій ситуації завдання журналістів – прагнути створення такого продукту, обрання такої теми, яка стане цікавою для якомога ширшої аудиторії, різної за віком, інтересами та належністю до певного соціального прошарку.

Завдання діалогу – в процесі дискусії, полеміки знайти правильне й оптимальне вирішення проблеми, зіставити різні погляди, ідеї, думки, підходи. І хоч який би характер мав діалог (між суспільно-політичними силами та владою, між громадянами й владою тощо), завжди вирішальна роль у діалогічному процесі належить засобам масової інформації, а відтак, журналіст-комунікатор має бути абсолютно підготовлений до ведення конструктивного, плідного й цікавого для реципієнтів діалогу. Це може бути дискусія чи полеміка й на шпальтах преси, де учасники спілкуються з журналістською допомогою, самі при цьому не зустрічаючись.

Діалог – завжди співтворчість, оскільки він є продуктом взаємодії співрозмовників, які вільно обмінюються думками, розвивають і доповнюють власне розуміння предмета розмови. Діалог, універсальний за виражальними можливостями й різноманітний за формами, є необхідною умовою вербального спілкування.

Ситуація спілкування передбачає наявність як мінімум двох комунікантів і переважне використання діалогічних форм мовлення, під час якого учасники по черзі говорять і слухають.

За визначенням Г. Мельник, найбільш наочно контакт журналіста зі співрозмовником виявляється в жанрі інтерв'ю. Інтерв'ю – це не лише запитання й відповіді. «Без драматургії, напруженого діалогу справжнє інтерв'ю неможливе» [5 с. 85], адже воно передбачає діалогічне спілкування журналіста з респондентом у ситуації чергування запитань і відповідей.

Дуже важливо володіти засобами управління діалогом. При формулюванні запитань можна скористатися порадою Д. Карнегі про дієвість психологічних прийомів, оскільки правильно поставленим запитанням можна передбачити повну й цікаву відповідь. Окрім цього, корисно ставити додаткові запитання, які можуть уточнити й доповнити попередні відповіді, а інколи – підбадьорити чи спровокувати співрозмовника.

Організація телевізійної програми починається задовго до того, як її перший випуск вийде в ефір і його оцінить глядач. Можливо, навіть задовго до того, як з'явиться справжня назва проекту. Найперше, з чого варто починати роботу над телевізійним проектом, — це вибір ведучого, комунікатора. Оскільки саме від його особистих якостей, від уміння володіти ситуацією, від інтелектуальних здібностей та багатьох інших особистісних рис залежить, в якому форматі слід готувати майбутній проект — чи то як пізнавально-розважальну програму, чи як інформаційно-аналітичну передачу. Адже можна

порівняти добре відомих ведучих в абсолютно різних амплуа і зрозуміти важливість цього підходу та вдалого вибору ведучого.

У процесі проведення інтерв'ю важливу роль відіграє мистецтво розмови. Воно залежить, по-перше, від того, з чим і за чим ми, журналісти, йдемо до людей. По-друге, від поведінки, винахідливості, професійної старанності інтерв'юера. Все реалізується у характері запитань, їх формулюванні, в умінні розмовляти й, насамперед, у здатності «розговорити» співрозмовника.

На думку С. Бєлановського, досягти проведення максимально змістовного, конструктивного діалогу можна, дотримуючись наступних вимог:

– чітко визначати мету діалогу, зрозуміло формулювати запитання;

– бути точним і конкретним;

– виявляти свою зацікавленість і обізнаність з предметом розмови;

– розраховувати час бесіди й оптимально його використовувати для ведення діалогу;

– не переривати співрозмовника, вислуховувати його відповіді до кінця;

– якщо співрозмовник не дав відповіді чи відповів неточно, треба коректно повторити своє запитання й повернути співбесідника до теми розмови;

– підкреслювати значущість співрозмовника, при нагоді хвалити його;

– бути тактовним, стриманим, коректним;

– витримувати правильну інтонацію, належний ритм розмови;

– пам’ятати про зовнішні знаки (одяг, манери) бесіди, діалогу додаткового характеру [1].

Звичайно, як у будь-якій діяльності, в мовленнєвому процесі журналіста неможливо обійтися без помилок, але їх можна звести до мінімуму, оволодівши теоретичним і методологічним підґрунтям культури діалогу, засвоївши основні вимоги до побудови діалогічного мовлення в процесі професійного спілкування.

Отже, діалогічне мовлення сьогодні – невід’ємна складова усього телевізійного процесу, оскільки саме через міжособистісний контакт, відверте спілкування розвивається суспільство. Успіх будь-якого діалогу залежатиме від рівня професійності ведучого, його здатності до подолання психологічного бар’єру.

Література

1. Белановский С. Индивидуальное глубокое интервью [Электронный ресурс] / / Evartist : [сайт] Сергей Блановский. – Режим доступа : http://evartist.narod.ru/text2/48.htm. – Загл. с экрана.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Бусел. – К. : Ірпінь: Перун, 2004 . – 1440 с.
3. Матвеева Т. Риторический практикум журналиста: учеб. пособие / Т. Матвеева. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 312 с.
4. Мельник Г. Общение в журналистике: советы мастерства / Г. Мельник. – 2-е изд., перераб. – СПб.: Питер, 2006. – 235 с.
5. Мельник Г., Тепляшина А. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.: Питер, 2004. – 197 с.
6. Яковець А. Телевізійна журналістика: теорія і практика: Підручник.

**Мурашкіна Аліна**
студентка 7 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Доценко К.О.

## ТЕМАТИКА ГАЗЕТИ «АНТРАКТ» (М. ЄВПАТОРІЯ)

Дослідження різних груп і верств населення набули останнім часом великої популярності. Це є відображенням об'єктивного процесу все більшого ускладнення соціальної структури, в результаті чого єдине поле культури розпадається на безліч ціннісно-нормативних підсистем. Кожна людина залучена в нескінченне число субкультур – професійних, вікових, статевих, сексуально-орієнтаційних, дозвіллєвих і т.д. Ми обрали молодіжний аспект і проблемно-тематичне розмаїття газет на прикладі молодіжних міських видань Криму, той вплив, що чинять ЗМІ, розраховані саме на такий, досить складний сегмент суспільства, як молодь. Як зазначає Н. Тимошик: «…молодіжна преса є виразником інтересів самої динамічної і одночасно самої незахищеної, як в соціальному, так і в ідейно-моральному аспектах, частини суспільства» [12].

Безпосередньо з тематичної палітри молодіжних ЗМІ відомі наукові праці таких авторів, як А. Жадько, О. Мороз, Т. Приступенко, І. Стародумова, М. Присяжний, Л. Хочунська тощо. Типологічні параметри цього типу періодики сформувалися в 20-30-ті роки XX століття. Тоді були закладені періодичність, тематика, проблематика та інші ознаки молодіжних журналів. Згодом кількість типомоделей було розширено. Сьогодні основними параметрами типологізації молодіжних видань є тематичні, жанрові, стильові характеристики, аудиторний, технологічний, економічний, політичний, цільовий фактори.

У навчальній, довідковій і навіть науковій літературі термін «тема» тлумачиться по-різному. Точка зору В. Горохова найбільше перекликається із функціями журналістики, виокремлює її як самостійний суспільний інститут. Він говорить про те, що журналістська тема завжди має «…яскраво виражену функціональну заданість. Тема публіцистичного твору в газеті на відміну, скажімо, від художньої теми нормативно, прямо відповідає на соціальне замовлення. Тема виступу публіциста в пресі народжується як безпосередній відгук на актуальні суспільні потреби ... Саме в темі автор синтезує риси об'єкта, які відображаються і абстрактним, теоретичним знанням, і здоровим глуздом. Мета подібного заземлення полягає в тому, щоб відкрити загально значимий сенс у, здавалося б, соціальній, абстрактній проблемі, викликати у читачів емоційний відгук, поєднати ідеологічні та соціально-психологічні засоби впливу на аудиторію» [1].

На думку дослідника, саме у темі автор «синтезує риси об’єкта, які відображаються й абстрактним, теоретичним знанням, и здоровим глуздом» [1]. І цей здоровий глузд дозволяє наочно показати читачу всю серйозність розглядуваного питання, його значущість, наслідки, шляхи вирішення. Для цього автор використовує різні засоби, які змушують читача більш чутливо реагувати на порушені питання, запам’ятовувати інформацію на рівні емоцій.

Ці «актуальні соціальні потреби», про які говорить В. Горохов, «можуть бути обумовлені і редакційним завданням, і потребами масової аудиторії, і інтересами тих чи інших соціальних груп» [2].

Від цих потреб залежить також не тільки сама тема, а й засоби її втілення: «…характер розробки теми залежить від особливостей аудиторії, на яку ретранслюється ця тема. Тематичні запити аудиторії програмують стилістику й зміст дослідження теми», а грунтовність висвітлення теми залежить від «глибини її дослідження, основу якого становлять її актуальність, мотивація, ключові аспекти» [5].

«При всьому багатстві життя, що відображається в журналістських творах, з точки зору тематичного рішення вони об'єднані спільною ознакою. Вона полягає в тому, що тема будь-якого тексту містить у собі реальну конкретну ситуацію дійсності, зазначену новизною і висхідну якийсь із своїх сторін (а то й кількома) до більш широкої ситуації проблемного характеру, пережитої суспільством. У цій особливості – секрет актуальності й суспільної цінності журналістського тексту» [3].

На основі всіх вище наданих точок зору, можемо вивести загальне визначення тематики видання – це певний спектр суспільно важливих подій, процесів і явищ, інформації про яких потребує конкретне коло читачів, до яких звертається друковане ЗМІ.

Аналізуючи методологію розробки теми за М. Недопитанським, що була викладена у його роботі «Тематична спеціалізація журналіста», тематика окремого матеріалу містить такі елементи: основна ідея теми, актуальність і мотивація, об'єкт та учасники дослідження теми, ключові аспекти дослідження теми.

Тема журналістського матеріалу завжди включає в себе певну проблему. Оскільки у світі все взаємопов'язано, то журналіст розглядає «конкретну ситуацію, пов'язану з масштабною проблемою суспільного життя… У своєму матеріалі він може конкретно визначити проблему, може тільки натякнути на неї або зовсім не згадувати про неї, але проблема існує завжди, і читач повинен побачити зв'язок ситуації з проблемою. Інакше стаття стане «банальним слововерженням» [3].

Моделювання тематичної кон'юнктури кожен вид ЗМІ має узгоджувати з характером своєї цільової аудиторії. «Знання особливостей її інтересів програмує редакцію на увиразнення певних тематичних нюансів відображуваної дійсності» [5]. Тому не може бути оптимального змісту газети – він є індивідуальним і залежить від багатьох факторів.

У системі періодичних регіональних видань варто відзначити, що кримська молодіжна газета «Антракт» має свої особливості тематичної палітри внаслідок багатьох чинників: обсягу видання (чотири шпальти), інтервалу виходу (щомісяця), редакційного колективу авторів (переважно молодь), підпорядкованість дитячому центру позашкільної освіти театрального напрямку й освітньому центру міжнародного рівня – міжнародний дитячий центр-комплекс «Золотой ключик». До того ж специфічною є націленість керівництва видання на широку молодіжну аудиторію всього міста з метою

об'єднання представників цієї соціальної групи саме на площині євпаторійського масштабу, спільних культурних, моральних, історичних цінностей та інтересів жителів міста. Зазначені пріоритети є головними в роботі видання «Антракт», що зумовлює базування проблемно-тематичної організації газети на публікаціях культурно-мистецького, просвітницького, соціального, морально-етичного, виховного та повчального характеру. Також на шпальтах «Антракту» порушуються питання патріотичного виховання, екології, сімейних та міжособистісних відносин.

За класифікацію О. Михайлюти [4], розглядане нами видання відносимо до культурно-просвітницьких: переважно, тематика культурна та виховна. Прикладами можна вважати матеріали про культуру та мистецтво: «Фотограф королевской семьи Британии на первом международном проекте «Театральная фотография» в Крыму!» (№6 (15), червень 2011, с. 4), «Климат Евпатории рождает талантливых людей» - интервью с народным артистом России Евгением Стебловым» (№7 (16), вересень 2011, с. 2), «Фильм о любви, фильм о родном городе. Фильм, героями которого стали евпаторийцы» (№8 (17), жовтень 2011, с. 1), «Ноябрьские тезисы – автоинтервью Андрея Пермякова» (№9 (18), листопад 2011, с. 3), «Ксения Симонова: песочные метаморфозы» (№1 (19), грудень 2012, с. 3). У напрямку виховання працює постійна рубрика «Вопрос к психологу», що з №7 (16) (вересень 2011) виходить під назвою «Детки&Предки: разговор тет-а-тет» (№6 (15) за липень 2011 – спеціальний випуск, що був присвячений міжнародному дитячому фестивалю, тому містить тільки відомості про сам захід – постійні рубрики відсутні).

Були опубліковані такі матеріали з виховної тематики: «Куда вы меня ведете и зачем?» (№7(16), вересень 2011, с. 2), «Патриоти-и-изм, вейкап!!!» (№8(17), жовтень 2011, с. 2), «К чему стремится современный ребенок?» (№9(18), листопад 2011, с. 2), «Мечтать не вредно – вредно не мечтать!» (№1(19), січень 2012, с. 2).

Менш популярні теми, що з'являються на шпальтах «Антракту» час від часу, є: політика («В чьих руках наше поколение?», №9 (18), листопад 2011, с. 1), екологія («Open-Air по-евпаторийски!», №8, жовтень 2011, с. 3), освіта («Да или Нет ВНО?» - №7 (16), вересень 2011, с. 2), спорт («EVPA 2011 – футбольный дебют театралов!» - №6 (15), червень 2011, с. 4; «Керкинитида» дважды обыграла вице-чемпионов Украины!», «Кубок «Christmas Cup» за два часа!», «Школа ушу Евпатории привезла победу!» №2 (20), лютий 2012, с. 4), соціальна тематика («Флеш-моб состоялся!» (№9 (18), листопад 2011, с. 4), «Молодежная культура Евпатории глазами молодых!» та «Рок-концерт вместо лекции!» (№1 (19), січень 2012, с. 4).

Але загалом на шпальтах досліджуваного видання можна простежити певну закономірність: до яких би тем не звертались автори публікацій, всі вони завжди спроектовані на ті чи інші грані суспільного життя молоді міста та молоді загалом як соціальної групи. Проте за тематикою матеріали не мають збалансованої подачі кожного випуску: як бачимо, регулярними є культурна та мистецька тематика, що зустрічаються у кожному номері видання. Інші – час від часу.

Тематичне поле видання окреслюється інформаційними повідомленнями про події міста культурного, творчого, спортивного, суспільного напрямку з перевагою публікацій мистецько-культурного характеру. Такі матеріали зустрічаються переважно в рубриках «Персона» –інтерв'ю з відомими особами, «Культпоход» – події, що відбулися в місті, «Творчество молодых» – проза та поезія підлітків, а також в окремих матеріалах, що найчастіше присвячені відкриттям експозицій та виставок, прем'єрам спектаклів та вистав, результатам конкурсів та фестивалів. Варто наголосити на тому, що тематична направленість місцевого видання «Антракт» базується на темах і питаннях, що стосуються молоді міста і, у меншій кількості, країни, патріотичному та соціокультурному-вихованню підлітків.

За наявності проаналізованих статей можна зробити висновок, що тематика газети «Антракт» переважно культурно-мистецька та виховна, що націлена на задоволення потреб молодого сегменту міського населення. Однак через невеликий обсяг та рідку регулярність за тематикою матеріали не мають збалансованої подачі кожного випуску.

Література

1. Горохов В. М. Основы журналистского мастерства / В.М. Горохов. – М. : Наука, 1999. – 340 с.
2. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения / М.Н. Ким. – СПб. : Михайлова В.А., 2001. – 130 с.
3. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста / Г.В. Лазутина. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 240 с.
4. Михайлюта О. Ложа преси [текст]: нариси, статті, інтерв'ю (творча майстерня журналіста: постаті, діалоги, роздуми) / Олександр Михайлюта. – К. : Журналіст України, 2002. – 344 с.
5. Недопитанський М. І. Тематична спеціалізація журналіста http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2178
6. Тимошик Н.С. Молодежная печать Украины: структура, управление, функционирование на современном этапе (1985 – 1990 гг.): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. филол. наук: спец. 10.01.10. «Журналістика» / Н.С. Тимошик. – К., 1991. – 20 с.

**Мусафірова Юлія**
студентка 3 курсу факультету ГП ЗНТУ
Наук. кер.: викладач Скуртул Г.С.

## ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МЕДІА-ЕФЕКТІВ У ТЕЛЕРЕПОРТАЖАХ А. ЦАПЛІЄНКА НА ТЕЛЕКАНАЛІ «ІНТЕР»

Вплив телерепортажу на реципієнта є малодослідженим явищем. Він досягається за допомогою специфічних прийомів, що призводять до результативності діяльності засобів масової інформації, тобто створюють медіа-ефект [1, 28].

Репортажі спецкора телеканалу "Інтер" А. Цаплієнка є нетиповими, так як ведуться за екстремальних умов і з "гарячих" точок. Тому дослідження медіа-

ефектів його відеосюжетів доповнить наявні практичні знання у галузі телевізійної журналістики і матиме велике значення для розвитку сучасного журналістикознавства.

Медіа-ефект – це феномен, що пов'язаний зі змінами у поведінці людей, які напряму залежать від інформації, отриманої з мас-медіа [2, 157].

Найпомітніший медіа-ефект, який використовує в телерепортажах А. Цаплієнко – "ефект присутності". Цей ефект прямо залежить від особистості репортера, від того, що і як він бачить. Для наглядного аналізу звернемось до телерепортажу "Украинские миротворцы прибыли с миссией в Кот Дивуар" [Подробиці. – Інтер. – 2010. – 29 листопада]. На прикладі цього відеосюжету можна простежити засоби, що використовуються журналістом для створення "ефекту присутності". А. Цаплієнко розпочинає телерепортаж символічним сходженням із літака, одночасно інформуючи про передумови подій у Кот Дівуар. Цим журналіст створює ілюзію присутності, перебування протягом певного періоду на місці подій. Адже екскурси в історію будують атмосферу довіри між журналістом і глядачем, реципієнт ніби достовірно знає про подробиці ситуації. "Ефект присутності" будується також за допомогою динамічного відеоряду, інтерв'ю з учасниками та очевидцями, що доповнюються влучними коментарями.

"Ефект присутності" тісно переплітається з "ефектом зацікавленості". А. Цаплієнко демонструє свій погляд на те, що відбувається. Наприклад, після кожного інтерв'ю чи факту репортер подає роз'яснення, що допомагають побачити деталі й подробиці, зацікавлюючи глядачів. У телерепортажі "Ситуация в Японии остается критической" [Подробиці. – Інтер. – 2011. – 16 березня] наглядним у цьому аспекті є уривок відеосюжету з мешканцями Токіо, що живуть за 100 км від станції "Фукусіма". Їхні відверті висловлювання щодо трагедії дозволяють відчути себе не лише очевидцем, а й учасником події.

Цей репортаж якнайкраще відображає ще один важливий медіа-ефект, який характеризує "самоочевидність факту". Трагедія на станції "Фукусіма" є настільки очевидною, що не потребує додаткових доказів чи роз'яснень.

А. Цаплієнко велику увагу приділяє деталям та поведінці людей. Для цього він використовує численні міні-інтерв'ю та репліки. Наприклад, телерепортаж "Украинские миротворцы прибыли с миссией в Кот Дивуар" насичений інтерв'ю з учасниками, які розповідають про особливості перебування в республіці. Таким чином репортер характеризує поведінку героїв, змальовує картину дійсності, досягаючи "ефекту наочності". Також журналіст яскраво передає почуття, настрої та переживання учасників подій, викликаючи емоції по той бік екрану. Глядачі зіставляють свої думки з побаченим та почутим у відеосюжеті, зазнаючи впливу "ефекту емоційного поштовху".

Саме емоції переконують глядачів у достовірності факту ("ефект переконання"). А. Цаплієнко подає інформацію про події, поки вона ще "не охолола". Беручи за основу "гарячу" новину, репортер націлюється на створення переконливого динамічного сюжету. Він використовує візуальні та аудіовізуальні засоби. Мова журналіста чітка та швидка, події відображаються

реально, діалоги учасників "підігрівають" емоційний стан глядачів. Наприклад, інтерв'ю з таксистами в репортажі "Ситуация в Японии остается критической", у якому описуються особливості буденного життя в Токіо під час трагічної ситуації та включення із засідання правлячих кіл переконують глядачів у тому, що журналіст дійсно знає про всі подробиці події.

У телерепортажі "Ситуация в Японии остается критической" з "ефектом переконання" найкраще поєднується "ефект співпереживання". А. Цаплієнко разом з жителями Токіо крокує вулицями міста, ми чуємо "живі" голоси людей, камера оператора фіксує напруженість ситуації, що панує в місті. Показовим у цьому аспекті є міні-інтерв'ю з японкою, яка веде своїх дітей до школи: жінка говорить дуже схвильовано; в момент найбільшої емоційності оператор використовує крупний план. У відеосюжеті відображається цілісна картина трагедії: від самої станції "Фукусіма" до буденного життя мешканців Токіо в цей період.

Проте, найчастіше проблема в телерепортажах А. Цаплієнко залишається не розв'язаною до кінця, події висвітлюються на піку своєї "глядабельності". Наприклад, у репортажі "Украинские миротворцы прибыли с миссией в Кот Дивуар" невідомо чим закінчиться перебування українців на території республіки, чи буде війна. Щодо трагедії в Японіїї (репортаж "Ситуация в Японии остается критической") інтригуючим залишається факт імовірності ще одного вибуху на станції та його наслідків для мешканців. Тобто напруга серед глядачів постійно зростає, досягається "ефект напруженого очікування". Крім того для своїх репортажів журналіст завжди використовує сенсаційну інформацію, за допомогою якої створює "ефект сенсаційності". Це можуть бути конфліктні, екстремальні ситуації або трагедії світового масштабу, які не залишають аудиторію байдужою.

Отже, в телерепортажах А. Цаплієнко використовує різноманітні медіа-ефекти з метою досягнення дієвості та результативності матеріалу. Його матеріали – небуденні, хвилюючі, з яскраво вираженими ефектами: "емоційного поштовху", "співпереживання" та "сенсаційності". Вони тісно взаємопов'язані між собою та іншими мас-медійними ефектами, поєднуються в одне ціле, створюють ефект упливу на аудиторію.

Література

1. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятия и проблемы измерения / Б. А. Грушин. – М.: Знания, 1979. – 64 с.
2. Репортаж: технология жанра / М. Н. Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 204 с.

**Нехай Тетяна**
студентка 4 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.пед.н., доц. Костюк В.В.

# ХУДОЖНЬО-ПУБЛІЦИСТИЧНА ЖУРНАЛІСТИКА В ЗАПОРІЗЬКІЙ ПРЕСІ

Матеріали в інформаційних жанрах, традиційно, переважають на сторінках сучасної преси, зокрема запорізької. Художньо-публіцистичним жанрам приділяється найменше уваги. Однак, саме художня публіцистка здатна якнайсильніше впливати на читача, формувати думку або принаймні звернути увагу на тему матеріалу, адже образність, метафоричність, іронія, які доречні творам художньої публіцистики, здійснюють вплив на свідомість читача, збуджуючи емоції.

Нині існує попит на інформацію в її «чистому» вигляді. Аудиторія потребує актуальних новин, які буде оцінювати та аналізувати самостійно. При розгляді більш складних тем на допомогу читачам приходять аналітичні матеріали, всебічно розтлумачуючи та пояснюючи ситуацію. Жанри художньої публіцистики потребують виваженого підходу та тривалої підготовки. На створення дотепного продуманого проблемного нарису або фейлетону може знадобитись дуже багато часу.

Художньо-публіцистичні жанри здатні впливати на формування думки людини, змінювати настрій, але при цьому вони нечасто друкуються в запорізьких виданнях. Дослідженню жанрів художньої публіцистики присвятили свої праці такі вчені – журналістикознавці: В.В.Ворошилов, В.Й.Здоровега, Й.Д.Лось, О.О.Нерух, О.О.Тертичний, проте в теорії журналістики недостатньо праць, присвячених художній публіцистиці саме в регіональній періодиці, в чому і полягає **актуальність** нашого дослідження.

В художній публіцистиці найбільше помітна дифузія жанрів. Якщо в інформаційному матеріалі немає місця образності, надмірній метафоричності, а в аналітиці читач не зустріне лише сухої та лаконічної констатації певного факту, то в художньо-публіцистичних матеріалах можуть міститись як ознаки інформаційних жанрів, так і аналітичних. Варто згадати твердження дослідника В.В.Ворошилова, який зазначає, що інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні жанри не відділені один від одного чіткими межами, тому автор матеріалу інколи залучає елементи інших жанрів [1, с. 228].

Художня публіцистика містить в основі проблемне явище, яке викликало в суспільстві неоднозначну реакцію, або ж, навпаки, не набуло значного розголосу, хоч і заслуговує на особливу увагу. Це злободенне і суспільно важливе питання спершу мусить бути добре досліджене автором, детально витлумачене, проаналізоване і вже тоді за допомогою художніх образів і засобів донесене до читачів. Варто зважити на те, що журналіст несе відповідальність за кожне сказане ним слово так само, як і за несказане. Відповідальність творчого працівника редакції полягає в тому, щоб донести суспільно важливу інформацію до аудиторії, не обмежуючи себе простими жанрами, а навпаки, використовуючи всі необхідні виражальні засоби для досягнення мети. «Вплив засобів масової інформації сьогодні не обмежується

одним лише інформуванням своїх реципієнтів про події, які відбулися чи відбуваються, а також імовірні причини цих подій. ЗМІ постійно доводиться брати на себе соціально важливу функцію оцінювання результату цих подій, їх наслідків для реципієнта» [3, с. 156].

Оскільки матеріали цього жанру містять елементи аналітики і засновані на явищах дійсності, тобто на актуальному факті, ми можемо говорити про те, що художня публіцистика використовує способи творення інформаційних та аналітичних жанрів, а отже в повній мірі оволодіти мистецтвом написання творів художньої публіцистики можна тільки добре оволодівши іншими жанрами. Складно не погодитись з думкою О.О. Тертичного, який зазначає, що виступ в художньо-публіцистичному жанрі є найбільш складною сходинкою на шляху становлення журналіста і проявом вищої майстерності [2, с. 248].

Отже, художньо-публіцистичним матеріалам притаманна образність та емоційність; в них найповніше відображається індивідуальний стиль автора через застосування певних, подекуди власне авторських, епітетів, неологізмів, зворотів. Проте це не перетворює їх на художні твори, адже в основі художньої публіцистики фактичний матеріал, що і робить публікацію актуальною та суспільно важливою.

Дослідження жанрової палітри запорізьких видань дає можливість констатувати: художня публіцистика досить часто з'являється на шпальтах друкованої періодики. Звісно ж, газетами не використовуються всі можливості цих жанрів, що спричинено низкою особливостей цих видань, наприклад редакційної політики, дотримуючись якої, творчі працівники мусять значну увагу приділяти висвітленню діяльності певних державних структур, а не створенню художньо-публіцистичних матеріалів; друга причина – періодичність газет, яка не дає змогу присвятити багато часу створенню якісного, обдуманого матеріалу. Проте є і такі видання, які друкуються раз на тиждень і все одно не практикують активне використання художньої публіцистики. Це можна пояснити тим, що нині помітна тенденція переважання інформаційних жанрів в газетах. Журналісти намагаються охопити всі головні події, повідомляти багато новин міста, при цьому нехтуючи «складними» жанрами, які, власне, є проявом найвищої майстерності журналіста.

Аналізуючи місцеву періодику протягом січня – березня 2011 року, ми дійшли висновку, що найчастіше в запорізьких виданнях зустрічаються портретні нариси. Розповідь про людину, знайомство читача з непересічною особистістю або нагадування про важливу історичну постать відбувається в жанрі нарису. Разом з тим зустрічаються інколи матеріали з жартом в основі, життєві історії, замальовки.

«Запорізька правда» виходить тричі на тиждень: у вівторок і суботу на чотирьох сторінках і у четвер на 20 сторінках, за період з січня по березень вийшло 35 номерів. «Запорозька Січ» також виходить тричі на тиждень. У четвер це – «Перекур» на 24 сторінках, у суботу і вівторок виходить на 8 сторінках. За три місяці вийшло також 35 номерів. У газеті «Запорізька правда» художньо-публіцистичні матеріали друкують досить часто. З 35 номерів 22 номери містили художню публіцистику. Ці жанри рідко знаходимо в номерах

за вівторок і суботу, адже вони мають невеликий обсяг, і майже всю газетну площу займає новинна та офіційна інформація. В тих номерах, які виходять на 20 сторінках, художня публіцистика займає приблизно 1-2 сторінки.

На шпальтах «Запорозької Січі» художньої публіцистики ще менше. Тільки в 14 номерах за три місяці містяться публікації в цих жанрах.

В аналізованих виданнях можна зустріти нариси, замальовки, етюди, короткі враження автора від побаченого, які в формі замальовки створюють художньо-емоційне пояснення до фотопублікації або фоторепортажу. Наприклад, у «Запорізькій правді» періодично з'являються публікації під рубрикою «Історія старого фото: моє далеке і близьке село». За три місяці у восьми номерах з'явились публікації під цією рубрикою. В основі нарису завжди – стара фотокартка, навколо якої будується оповідь, при цьому автор демонструє глибокі краєзнавчі, історичні знання. «Запорозька Січ» також активно практикує публікацію нарисів, зокрема портретних. Так до Тетяниного дня надруковано невеличку замальовку, створену у вигляді портретного нарису, про Тетяну Румянцеву, студентку третього курсу запорізького музичного училища імені Платона Майбороди. В цьому ж номері, за 25 січня, Петро Ребро, лауреат премії ім. П. Тичини, пише матеріал «Павло Тичина і Запоріжжя» до 120-ї річниці від дня народження поета. Матеріал виконано в жанрі епітафії: біографія поета, його внесок в літературу, заслуги, значення в історії української літератури.

Повністю відсутні лише сатиричні жанри. Це зрозуміло з огляду на специфіку цих жанрів. Памфлет створюється, здебільшого, для викриття політика. Взагалі сатиричні жанри використовуються для критики зловживання владою або неправомірної поведінки посадових осіб. Оскільки ці газети фактично інформують про роботу влади у нашому місті, то очевидно, що критика цієї ж таки влади в них не практикується. «Запорізька правда» - газета Запорізької обласної ради і обласної державної адміністрації, а «Запорозька Січ» - орган міської ради.

Отже, газети, обрані нами для аналізу, значну площу приділяють офіційній інформації, оголошенням, новинам, враховуючи редакційну політику цих видань, але журналісти здатні працювати і в складних жанрах, якими і є художня публіцистика.

Здебільшого в запорізькій пресі зустрічаємо нарис, зокрема портретний. Цікаво те, що цей жанр на шпальтах видань дещо видозмінюється. Нарис створюється не про якусь неординарну особистість, а про звичайних людей з певним яскравим епізодом в житті.

Аналіз сучасної періодики дав можливість помітити таку проблему: значна частина художньої публіцистики створена для розважання аудиторії і тому не має глибокого підтексту, а отже і не сприяє вирішенню актуальних для суспільства проблем.

Література

1. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации / Володимир Ворошилов. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 496 с.

2. О.О.Тертичний. Жанры периодической печати: Учебное пособие / Олександр Тертычный. – 2-е узд. испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 320 с.
3. Сучасна парадигма публіцистичного впливу / В.Л. Лівертовський // Держава і регіони, серія: гуманітарні науки. – 2009 – С. 156.
4. Лось Й.Д. Публіцистика й тенденції розвитку світу / Йосип Лось; Навчальний посібник для вищих навчальних закладів III – IV рівнів акредитації: У 2 ч. – Ч І. – Львів: ПАІС, 2008. – 376 с.

**Осадчук Антон**
студент 2 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Чернявська Л.В.

## РЕКЛАМНЕ ТА PR-ПОЗИЦІОНУВАННЯ ОРГАНІВ СТУДЕНТСЬКОГО САМОВРЯДУВАННЯ

На сучасному етапі студентське самоврядування – це форма управління, за якої студенти на рівні академічної групи, факультету, гуртожитку, курсу, спеціальності, студентського містечка, іншого структурного підрозділу ВНЗ мають право самостійно вирішувати питання внутрішнього управління. Головна мета діяльності органів студентського самоврядування полягає передусім у створенні умов самореалізації молодих людей в інтересах особистості, суспільства і держави, у захисті прав студентів. Студентське самоврядування є важливим фактором розвитку і модернізації суспільства, виявлення потенційних лідерів, вироблення у них навичок управлінської та організаторської роботи з колективом, формування майбутньої еліти нації.

Отже, студентське самоврядування є засобом реалізації студентською громадою своїх прав, обов’язків та ініціатив через прийняття рішень і їх впровадження за допомогою власних ресурсів у сфері, що визнається адміністрацією, та у співпраці з нею, а також гарантії брати участь через своїх представників у вирішенні питань, які стосуються студентства.

Студентське самоврядування потрібно студентству, тому що це – практична школа для охочих спробувати себе у ролі керівника, адміністратора, лідера. ОСС – це можливість реалізовувати суспільно значущі проекти, що будуть корисні усій студентській громаді. Студентське самоврядування можна сміливо назвати однією з перших сходинок до громадянського суспільства, коли громада висуває своїх лідерів та вчиться контролювати їхні дії.

В наш час роль реклами та зв’язків з громадськістю різко почала зростати і кожна, навіть неприбуткова та некомерційна організація, намагається просунути своє ім’я в цей величезний інформаційний комунікаційний потік. Студентське самоврядування не є винятком та також потребує якісного рекламного супроводу та повного інформування студентства, як основної цільової аудиторії.

PR діяльність невід'ємна складова діяльності ОСС. Вона дає можливість не тільки ознайомити з результатами власної діяльності, а і залучити до роботи у своїй організацій нових активістів, спонсорів для власних проектів та набути певного статусу у місті, регіоні або, навіть, країні.

Це хороші перспективи і для самого ВНЗ. Нові абітурієнти, увага до ВНЗ з боку міських або регіональних ЗМІ, формують авторитет до нього самого. А це важливий чинник, для формування рівноправних стосунків з адміністрацією ВНЗ. Бо ми не тільки просимо щось, ми і даємо.

Згідно з нашими спостереженнями, близько 40-50 % студентів у Запорізькому національному університеті не поінформовані про діяльність органів студентського самоврядування або навіть не знають про існування таких, і що у такій ситуації можна казати про зневіру до реальних можливостей тієї чи іншої організації взагалі. Брак інформації причетний, мабуть, і до наступної характерної тенденції у сприйнятті студентами органів самоврядування: низького рівня довіри та низького авторитету органів студентського самоврядування. Таким чином PR та рекламна діяльності органів студентського самоврядування необхідна не тільки для того, щоб встановлювати та підтримувати зв'язки з громадськістю, інформувати студентство про основні заходи та діяльність ОСС, а і для того, щоб запобігти описаним вище негативним тенденціям.

Робота PR- сектору кожного органу студентського самоврядування має свої власні напрями. Але найчастіше вона стосується висвітлення діяльності органу студентського самоврядування в студентських газетах і оголошеннях, оприлюднення підсумків інтелектуальних ігор і спортивних змагань студентів, друкування оголошень та вітань, розробка святкових плакатів та сценічного оформлення концертів, випуск студентської газети після кожного проведеного конкурсу або виступу художньої самодіяльності студентів. Менш традиційними, але, певне, більш корисними є ознайомлення студентів з їх правами та обов'язками, можливості їх самореалізації (працевлаштування, стажування та інш.)

Але ці обов'язки були б актуальними і 10, і 20 років тому. Здається, нічого не змінилося, але ні. Змінилося головне – змінилися люди. Наша молодь вже не така, як 20 або 30 років тому. На плакати та оголошення (нажаль або ні) вже мало хто дивиться. Для того, щоб вони зацікавили пересічного студента вони мають або бути надзвичайно великого розміру, або бути надзвичайно кольоровими та мати ефектні картинки, або висіти у місцях найчастішого перебування студентів. Отже, для того, щоб кожен раз друкувати плакати з вищеназваними якостями не вистачить бюджету жодної організації.

Отже, треба шукати новий спосіб діяльності. Перед нами постає питання, де наша молодь проводить 60 % свого вільного часу. Звичайно, за комп'ютером, подорожуючи у глобальній мережі Інтернет. На сьогодні саме ця мережа постає основним полем діяльності PR-сектору будь-якої організації. По-перше, це власний сайт органів студентського врядування. Ним може займатися голова PR-сектору, або хтось із його помічників. Тут до справи, бажано, залучити спеціалістів з WEB-дизайну, щоб сайт був цікавим та привабливим. Цими «спеціалістами» можуть виступати самі студенти, які цікавляться WEB-дизайном та комп'ютерними технологіями, саме для них це буде не зайвою практикою та можливістю самореалізації. На ньому мають міститися свіжі новини. Крім того, право додання новин повинен мати кожен користувач

(звичайно, зі згоди адміністратора сайту). А перед «запуском» сайту можна скористуватися старими-добрими методами (певними агітаціями, акціям, оголошеннями щодо його відкриття). Щоб цей сайт дійсно мав популярність серед необхідно, щоб він мав все необхідне для студентів. Це може бути розклад занять, електронний каталог бібліотеки ВНЗ, посилання на корисні сайти, що можуть знадобитися під час навчання, новини, музика, юридичні консультації, дискусії у чаті, радіо-хвилі ВНЗ та інші цікаві молоді теми. З кожним днем все більше росте популярність соціальних мереж, таких як «Вконтакте», «Одноклассники», «Мой мир» та інші. І тут ми маємо можливість створити групу, у якій будуть приймати участь усі бажаючи (в ідеалі всі користувачі, що навчаються у вашому ВНЗ). Тут вони можуть пропонувати свої ідеї щодо роботи ОСС, коментувати заходи які їм подобаються або ні. Це унікальна можливість завжди знайомити студентів зі свіжими новинами. Але проблема в тому, що часто ними просто не займаються. Так, студент, заходячи туди протягом місяця бачить одні і ті ж теми для обговорення, то потім він просто заходити туди не стане. Або у іншому випадку група перетворюється з офіційної, на власну групу членів ОСС. Там обговорюються питання особистого характеру та інше. Така бездіяльність може призвести до того, що пересічний студент, спостерігаючи таку бездіяльність у групі, буде підсвідомо проекціювати її на діяльність самого ОСС. Бо коли неможливо налагодити роботу навіть у групі, то складається враження, що організація бездіяльна взагалі. І дуже важко буде довести такому студентові протилежне. Саме тому необхідний модератор, який підтримує дискусії, знаходить теми, що хвилюють молодь, навіть якщо вони не стосуються самоврядування.

Що стосується рекламної діяльності, то ми повинні зважати на велику кількість факторів: об’єктом рекламування є самі органи студентського самоврядування, в основі якого може бути як один лідер, так і потужна команда або навіть ідея, ОСС є некомерційною організацією і тому бюджет є дуже обмеженим особливо на розробку фірмового, корпоративного стилю чи рекламного образу. Слід зауважити, що суб’єктом рекламної діяльності є в основному студенти та викладачі ВНЗ. Першим кроком для формування яскравого іміджу є створення фірмового стилю ОСС.

Складовою корпоративної культури є ідея, на якій побудований корпоративний стиль. Ідея полягає у формуванні емоційного образу, який стає «образним бур'яном» або «інформаційної маскою», на якій буде базуватися рекламна кампанія ОСС.

Стилеутворююча ідея будується на основі принципів студентства і моди ВНЗ, в якому розвивається даний орган. Далі необхідно проаналізувати, в яких сферах ми будемо працювати (наука, культура, спорт чи комплекс). Точне визначення сфери діяльності залучить потенційних партнерів і прибічників до нашої організації.

На нашу думку, для ОСС не треба використовувати весь спектр компонентів фірмового стилю, а слід зосередити свої сили на основних: логотипі, слогані, колірній палітрі, фірмовій документації та можливо елементі корпоративної символіки.

Вся PR діяльність повинна розглядатися нами як створення інформаційного приводу, чим би це не виступало. Будь-яка діяльність повинна знайти своє відображення за допомогою проведення брифінгів, використання інтернет-ресурсів, FM-станцій. Гучні події у нашому ВНЗ, на кшталт святкових заходів, конференцій, співпраці з міськими державними органами та іншими ОСС, повинні висвітлюватися у місцевій пресі як саме студентські ініціативи та проекти. Така діяльність може мати як епізодичний, так і постійний характер, все залежить від масштабності діяльності органів самоврядування та домовленостей з редакторами міських газет. Вихід на ЗМІ міста дає можливість ознайомити з діями ОСС майбутніх абітурієнтів і тим самим отримати нових потенційних активістів вашої організацій, яки ознайомлюючись з матеріалом у місцевих ЗМІ будуть приходити до ВНЗ з бажанням дізнатися більше саме про студентське життя та діяльність. Крім того, це і піар самого вищого навчального закладу, а це, у свою чергу, дає можливість покращити стосунки з адміністрацією ВНЗ.

Студентські ЗМІ є вагомим чинником у проведенні PR діяльності органів студентського самоврядування, але вони мають ряд проблем. Найважча з них – це недостатнє фінансування. Але давайте подумаємо, чи зможемо ми впоратися з грошима, якщо вони будуть, чи компетентні ми у цьому питанні. Звичайно, є багато талановитих та креативних студентів, які пишуть для газети. Але і їх треба спеціально готувати для того, щоб вони розбиралися у механізмі PR діяльності, могли грамотно доносити свою думку для громадськості, розуміли, що можна писати у ЗМІ, а чого не варто. Бо навіть наявність грошей ще не гарантує популярність газеті. Тут можуть бути актуальними проведення мастер-класів з цього питання, організація тренінгів для редакторів та журналістів студентських ЗМІ.

Звичайно, велику роль сьогодні грає фактор байдужості та інфантильності більшості студентів, який робить PR діяльність значно складнішою. Але не можна всі проблеми бачити тільки у цьому. При грамотній роботі, навіть байдужий до навчання та студентського життя студент зможе знайти для себе щось цікаве. А що вражає, що саме серед таких «байдужих» студентів знаходиться більшість талановитої та повної ідей молоді, яку не погано було б мати у своїй команді. Думаємо, що перераховані вище проблеми є актуальними для будь-якої організації.

Література

1. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера / Эйри Д. – СПб.: Питер, 2011. – 216 с.
2. Менеджмент в некоммерческой организации / Питер Ф. Друкер – М.: Вильяме, 2007. – 304 с.
3. Яцків Т. Правове регулювання інституту студентського самоврядування в Україні// Українська правда, - № 3. – 2008. – Режим доступу: http:/pravda.com.ua
4. Студентський сайт Луганського національного університету http://student.lnpu.edu.ua/ua/organizations/stud_keruv/Pro_stud_samovr/kontc_rozv_RF.htm

**Осиновська Юлія**
студентка 4 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Чернявська Л.В.

# ПОРУШЕННЯ ЕТИЧНИХ НОРМ ТА ПРИНЦИПІВ В ЖУРНАЛІСТИЦІ НА ПРИКЛАДІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВИПУСКУ НА «РАДІО ЗАПОРІЖЖЯ ФМ»

Часи, коли журналіст телефонував з редакції, аби отримати необхідну йому інформацію відходять у минуле. Відсутність або нестачу повідомлень може компенсувати Інтернет. Якщо тележурналісту або газетяреві все ж потрібно побувати на місці подій, відзняти матеріал, поспілкуватися з людьми, то радіо, відповідно своїй специфіці, не вимагає такого підходу до висвітлення новини. Щоб випускати в ефір по 12 інформаційних випусків тривалістю до 5 хвилин достатньо на сьогодні одного лише Інтернету. Говорити в цьому випадку про дотримання етичних норм та принципів журналістської діяльності неможливо. Та чи не йде таким чином радіо у добровільне рабство та залежність від інформаційних агентств, Інтернет видань, висвітлюючи лише те, що є важливим на думку інших ЗМІ?

На думку А.Шереля, для вираження всього різноманіття суспільного життя, найбільш важливих, актуальних, значних фактів, подій, явищ дійсності, для задоволення очікувань, запитів аудиторії в ефір запускають різні типи інформаційних програм. З них науковець виділяє кілька типів: інформаційні, інформаційно-аналітичні,інформаційно-музичні,інформаційно - розважальні [7,110-111]. На «Радіо Запоріжжя FM» яскраво представлений інформаційний випуск новин, який виходить кожну годину з 9.00 до 21.00.

Робота в інформаційному відділі вимагає від репортера та редактора високий рівень оперативності, «нюх» на сенсацію, вміння знаходити актуальну інформацію з достовірними фактами. Цю думку підтверджує А.Шерель, зазначаючи: «Від редактора випуску новин вимагається відмінна орієнтованість в політичному житті суспільства, а також велика мобільність високий професіоналізм, робота з джерелом інформації, вміння визначати точність, надійність і об'єктивність відомостей» [7, 112].

При високій потребі в новій інформації, її постійному потоці у редакторів частіш за все не вистачає фізичних можливостей для перевірки її достовірності, об’єктивності. Безперестанку вона надходить з електронної пошти, телефонів, факсу і.т.д. Це стає однією з головних причин надходження в ефір недостовірних чи застарілих деталей та фактів. Випуск новин перетворюється на неякісний конвеєр з помилками, упередженістю, неточністю. На державних радіостанціях через брак коштів редактору новин доводиться і самому їх озвучувати в ефірі, дуже часто не маючи при цьому відповідно поставленого голосу та дикції. За таких обставин важко говорити про високі стандарти та індивідуалізацію тексту радіоінформації. Журналіст не має часу аби творчо підійти до подачі повідомлення, донести до слухачів головну квінтесенцію та проявити всі свої вміння. Водночас В.Мирончeнко наголошує: «Інформаційна служба радіо покликана оперативно й конкретно задовольняти одну з головних

потреб суспільства – потребу в інформації, знайомити слухачів з найважливішими подіями в житті нашої країни та за кордоном, з рішеннями органів державного управління, з суспільно-економічними перетвореннями вчасно» [3, 289-294].

В.Цвік виділяє два типи новинної інформації, два її рівні: загальнонаціонального масштабу і місцеві новини [6,11]. В інформаційних випусках новин радіожурналісти об'єктивно та оперативно інформують про події, що відбуваються у світі та Україні зокрема. Отже, вони торкаються різних аспектів людського життя від політики та економіки, сфери серйозного бізнесу до подій та фактів культурного світу. Звідси витікає тематичний поділ випусків на сферу, якої він торкається: політики, економіки, культури і так далі. Про це говорять такі наковці, як О. Гоян, В.Лизанук, В.Мирончeнко, В. Смірнов та інші.

Сучасний медіапростір ставить у жорсткі рамки будь-який ЗМІ. Як стверджує М.Малиш, «замовчування чи неадекватне висвітлення гострих соціальних проблем помітно підриває авторитет мас-медіа у суспільстві, загрожує втратою журналістикою соціального характеру як сутнісної риси при збереженні лише його зовнішніх ознак (віддзеркалення розподілу сфер суспільного впливу)» [3]. Проблемам радіожурналістики та шляхам їх вирішення присвячена значна кількість робіт. Так, у статті «Жанри радіожурналістики» В.Лизанчук окреслює проблему жанрового поділу, О.Гоян у книжці «Основи радіожурналістики та радіоменеджменту» розповідає як радіостанція будується з середини, М. Нагорняк у «Наукових записках Інституту журналістики» на прикладі повідомлень радіо «Свобода» та радіо Бі-Бі-Сі аналізує як зробити новини привабливими та доступними, В.Мирончeнко у книжці «Основи інформаційного радіомовлення» дуже детально аналізує нюанси діяльності радіостанції, ілюструючи прикладами. Російський дослідник В.Смірнов досліджує явище жанрів у книжці «Жанры радиожурналистики» та у ряді статей, зокрема «Слово о дифузии жанров. Система жанров радиожурналистики» (Научный журнал, №3 08.02.2001).

Для виявлення порушення етичних правил та принципів в роботі журналістів було проведено моніторинг інформаційного випуску новин на «Радіо Запоріжжя ФМ» в період з 19 по 30 вересня, в результаті якого було виявлені наступні результати.

На «Радіо Запоріжжя FM» редактори новин звертаються за інформацією загальнонаціонального масштабу до таких інформаційних агентств, як: «УНІАН» (http://www.unian.net/), «Інтерфакс-Україна» (http://www.interfax.com.ua/), «Укрінформ» (http://www.ukrinform.ua/ukr/), (http://www.liga.net/), «UkraNews» (http://ukranews.com/). Також використовуються такі Інтернет видання, як «Кореспондент» (http://ua.korrespondent.net/), «Українська правда» (http://www.pravda.com.ua/), «Новинар» (http://novynar.com.ua/), «Новости мира» (http://www.novostimira.com.ua/), які знаходяться у вільному Інтернет-доступі.

Місцеві новини подаються завдяки інформаційній службі проводового мовлення, що працюють за сумісництвом з редакторами FM-мовлення. До Служби новин в FM-діапазоні не стікаються необхідні матеріали: прес-релізи,

листи, телефонограми, «наведення», перевірені і неперевірені факти. Причиною цьому є задоволеність новинами з Інтернету, який вже давно випередив радіо в оперативності та швидкості повідомлення новини.

Яскравим прикладом порушення 1 пункту Кодексу професійної етики ( «Головний обов'язок журналіста - сприяти забезпеченню права громадян на одержання оперативної інформації…»), 1 і 3 пунктів Міжнародних принципів професійної етики в журналістиці (право на достовірну інформацію та соціальна відповідальність за інформацію, яка повідомляється) є випуск новин 29.09.11 о 13.00:

*«В Індонезії розбився пасажирський літак»* – інформація була опублікована на сайті інформаційного агентства (http://ukranews.com) о 8.08, (http://www.rbc.ua) о 8.24, на сайті Радіо «ЕРА FM» (http://www.radioera.com.ua) о 8.57. Говорити про оперативність, достовірність новин неможливо, бо за цей період часу новина могла обрости новими подробицями та фактами причини катастрофи.

В цей же день на годину раніше у новині *«Обама назвав умову, за якої США відновлять відносини з Кубою»* в оригіналі тексту новин з інформаційних сайтів у цитуванні прямої мови президента США зазначено : *«Нам потрібно наздоганяти історію», - сказав Обама* ***у вівторок в інтерв'ю іспаномовним ЗМІ***» (http://goloskarpat.info, http://novynar.com.,http://segodnya.novostimira.com.).

В ефірі, озвучуючи повідомлення, ведучий зачитує: *«Нам потрібно наздоганяти історію», -* ***сказав Обама***. Зверніть увагу, що мова йде про випуск новин, які відбувались у четвер.

Таким чином порушення 6 пункту Етичного кодексу українського журналіста автоматично тягне за собою і порушення 9, 10, 11 пунктів Кодексу професійної етики українського журналіста. Ці чинники підривають авторитет радіостанції, в першу чергу в очах самих же працівників. На радіо термін придатності будь-якої новини дуже швидко спливає. В період моніторингу були виявлені повтори одних і тих самих новин. В деяких випадках новини, які випускались 29.09 о 19.00 йдуть в ефір 30.09

Брак працівників інформаційної служби призводить до подачі в ефір неякісної, застарілої інформації світового та національного масштабу, що може, в залежності від значення новини, призвести до непоправних наслідків.

Отже, етичне питання помножене на брак працівників порушує закони нормального функціонування будь-якої радіостанції. Копіювання новин з Інтернету полегшує журналісту роботу, проте за таких обставин почута інформація сприймається слухачем двояко, так наче вона подається радіостанцією та вказаним журналістом джерелом. Радіо в уявлені слухацької аудиторії втрачає стійкі позиції незалежного ЗМІ, стаючи посередником, постачальником інформації, наданої іншими мас-медіа. В першу чергу від цього страждають самі реципієнти, а не редактори та репортери. Суперечки з приводу універсальності журналіста тривають вже давно, проте не варто забувати, що за обличчям журналіста стоїть звичайна людина, яка фізично не в силах виконувати кілька ролей одночасно. Повідомлення, опубліковані на сайтах Інтернет – агентств та видань не призначенні для зачитування в ефірі,

журналіст повинен адаптувати їх для того ЗМІ, в якому він планує їх використати. Своєчасне привернення уваги до цієї проблеми допоможе зберегти етичні позиції на яких ґрунтується журналістика – точність, достовірність, об'єктивність та оперативність.

Література

1. Етичний кодекс українського журналіста [Електронний ресурс]. – Комісія з журналістської етики. – Режим доступу: http://www.cje.org.ua/documents/47
2. Кодекс професійної етики українського журналіста національна спілка журналістів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nsju.org/tabmenu/kodeks_etik
3. Малиш М.М. Функціональні особливості сучасного медіапростору Електронна бібліотека інституту журналістики // Наукові записки Інституту журналістики 1999-2004 роки, Том 31. – Режим доступу: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=229
4.Международные принципы профессиональной этики в журналистике [Електронний ресурс]. – Young journalists. – Режим доступу: http://www.yojo.ru/wp/?page_id=82
5. Мирончeнко В.Я. Основи інформаційного радіомовлення: Підручник для студ. ун-тів спец. «Журналістика» / Інститут змісту і методів навчання; Київський ун–т ім. Тараса Шевченка. – К.: 1996. – 438 с.
6. Цвик В.Л. Журналист с микрофоном М.: Издательство ДИДМНЭПУ, 2000. – 40 с.
7. Шерелъ А.А. Радиожурналистика. – М.: МГУ, 2000. – 478 с.

**Павленко Анна**
студентка 3 курсу факультету журналістики.
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Доценко К.О.

## СПЕЦИФІКА РАНКОВИХ ТЕЛЕЕФІРІВ НА ЗОДТРК «ЗАПОРІЖЖЯ» ТА ЗНТРК «ТВ-5»

Для більшості сучасних людей починати день з пультом від телевізора в руках, переглядаючи випуск новин або ранкове шоу (хоча б і у «фоновому» режимі), – так-само природно, як випити кави або прийняти душ. І хоча ранкові телеефіри традиційно мають набагато нижчий рейтинг, ніж денні або вечірні, кожний канал прагне заповнити цей проміжок часу якісним і оригінальним продуктом, адже початок телевізійного дня задає тон і настрій на наступні години. Водночас він є одним зі стильових індикаторів каналу.

У доступних в межах нашого міста наукових та навчальних виданнях чітке визначення ранкового телеефіру (або ранкового блоку мовлення), його функцій, наповнення і навіть його часових меж відсутнє. Крім того, ігноруються особливості ранкових телеефірів в будні й вихідні, на каналах центральних і регіональних, державної і приватної форм власності.

Перша ранкова програма з'явилася в США у 1950 році. Старт цьому формату передач дало півторагодинне шоу «Третій канал. Будь готовий! », яке з'явилося в ранковому ефірі місцевого каналу Філадельфії. Щоб дістатися

України, новації знадобилося 10 років: перший спеціальний ранковий ефір можна було побачити на рідних частотах у 1960-ому році в Харкові [1]. С того часу ранкові ефірні блоки з унікальної «родзинки» перетворилися на чи не обов'язковий компонент добового планування мовлення кожного телеканалу як центрального, так і місцевого значення.

Перехід на цифрове телемовлення ще більше розширив можливості телеканалів створювати цікавий продукт для ранкових телепрограм. Від центральних каналів, на кшталт «1+1» або «Нового», намагаються не відставати і колеги в регіонах. Проте ранкові телеефіри на місцевих каналах мають свою специфіку, що в доступних нам джерелах не була проаналізована.

Вже перераховані чинники зумовлюють актуальність дослідження.

Проаналізувавши відповідну літературу та програмне насичення каналів «Запоріжжя» і «ТВ-5» доходимо висновку, що ранковий телеефір (або ранковий блок) – це сукупність різних за жанром та наповненням передач і рубрик, що займають місце в сітці мовлення з 6.00 (для «ТВ-5» - з 4.30) до 11.00 (11.20 – для «ТВ-5») та мають на меті, в першу чергу, розважати та інформувати глядача в легкій, ненав'язливій формі, сприяючи його пробудженню.

Обов'язковими компонентами ефірів на зазначених каналах є розважально-пізнавальні передачі (за класифікацією Г. В. Кузнецова [3]), які ми визначили як інтерактивні ранкові шоу-бесіди з гостями в студії («Доброго ранку, Запоріжжя!», «Утро с ТВ-5»), короткі випуски новин і прогнози погоди, що відповідає «стандартній» моделі ранкових блоків більшості центральних телеканалів.

З варіативних елементів можемо назвати спеціалізовані рубрики для дітей («Чудесный канал» і «Веселая азбука» на «Запоріжжі», «Детский час» на «ТВ-5»), музичні блоки («Муз.минутка» на «Запоріжжі», «Хит-парад FM-TV» та «Хит-парад NaVsi100.com» на «ТВ-5»), передачі рекламного характеру («Домострой»), програми та документальні фільми про подорожі («Запоріжжя» пропонує «Путешествуем вместе», «Маленькие путешествия» «Феерия странствий», а «ТВ-5» – цикли іноземних документальних фільмів про різні країни світу), передачі релігійного спрямування («Сияние веры» щоп'ятниці на «Запоріжжі» та незмінний роками «Победоносний голос верующего» щоденно в ефірі «ТВ-5»).

Крім того ранковий ефір регіональних телеканалів пропонує глядачеві досить широкий спектр різножанрових авторських програм власного виробництва, чим особливо вирізняється ТРК «Запоріжжя» (передачі «Альфа і Омега», «Легенди Запоріжжя», «Литпросвет», «Мой театр», «Вне формата», «Приемная народного депутата», «Замечания к власти», дитяча телевікторина «Книгочей»; на «ТВ-5» виділімо «Ваше здоровье» і «Пятое колесо»), а також документальних фільмів, зокрема цикл «Это Украина», який наразі пропонує «ТВ-5».

У процесі дослідження були також виявленні відмінності між ранковими телеефірами по буднях й вихідних, головною з яких є відсутність на обох каналах «лайфових» передач «Доброго ранку, Запоріжжя!» і «Утро с ТВ-5», збільшена кількість аналітичних програм, включаючи повтори випусків по

буднях (для «Запоріжжя»), а також музичних хіт-парадів та передач релігійного змісту (актуально для «ТВ-5»).

У цілому ж, насичення ранкових телеефірів на телеканалах «Запоріжжя» і «ТВ-5» є досить різноплановим і має на меті задовольнити потребу в інформації та розвагах людей різного віку. Неважко прослідити установку на виконання таких функцій:

- емоційно-експресивної (спрямовану на те, щоб «розбудити» свідомість та фізичну активність глядачів, налаштувати на продуктивну працю бо навчання; цим зумовлений і швидкий «бадьорий» темп мови ведучих, і наявність в багатьох ракових програмах декілька хвилинних уроків фізкультури чи аеробіки);
- розважальну, що тісно пов'язана із емоційно-експресивною, орієнтовану на створення гарного настрою. Згідно з цим завданням всі складові ранкового ефіру орієнтовані на бадьорий, оптимістичний настрій, сприяють покращенню емоційного стану глядача шляхом трансляції позитивної інформації, розважальних (часто гумористичних) шоу, енергійних пісень та відповідних відео кліпів, (за класифікацією А. Князева, вона близька до рекреативної функції, але не ідентична їй [2]);
- інформативну, орієнтовану на максимально стисле передання актуальної для глядача суспільної, політичної, економічної інформації або інформації із сфери культури, мистецтва, спорту, прогноз погоди тощо.

Проте, на нашу думку, як для ранкового блоку, чи не головне завдання якого – сприяти «пробудженню» аудиторії та створювати в неї позитивний настрій, ефіри регіональних каналів тяжіють до перенасичення «важкою» інформацією: зокрема, на каналі «Запоріжжя» близько 10.00 чи не щодня можна подивитися аналітичні передачі (хоча аналітичні жанри у тележурналістиці традиційно не вважаються «ранковими»), а гості «Утра с ТВ-5» нерідко обговорюють «складні» питання історії або мистецтва.

Не можемо не зазначити, що ранкові передачі-бесіди, як правило, двомовні, що є особливістю нашого регіону. Проте хотілося б, щоб ведучі краще володіли обома мовами і поважали мовну приналежність (і можливості) співрозмовника.

Проведений аналіз засвідчує, що в плануванні ранкового ефіру на телеканалах «Запоріжжя» і «ТВ-5» враховується запити й інтереси різновікової аудиторії щодо «вранішньої» інформації та розваг, тож ефір заповнений різножанровими рубриками. Це різноманіття, з іншого боку, іноді потребує особливого зосередження, а це знижує ефективність інформації (адже зранку глядач переважно дивиться ТБ у «фоновому» режимі, збираючись на роботу чи навчання). А тому «важкі» аналітичні передачі вважаємо доцільним перенести в сітці мовлення хоча б не декілька годин вперед.

Література

1. Мащенко І. Г. Енциклопедія елекронних мас-медіа. У 2 т. Том другий: Термінологічний словник основних понять і виразів: телебачення, радомовлення, кіно, відео, аудіо / І. Г. Мащенко. – Запоріжжя : Дике поле, 2006. – 512 с.

2. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа. Учебное пособие (Електронний ресурс) / Князев А. – Бишкек, КРСУ, 2001. – Режим доступу: http://www.evartist.narod.ru/text1/09.htm
3. Телевизионная журналистика: Учеб. (Електронний ресурс) / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – М.: Высшая школа, 2005. – Режим доступу: http://evartist.narod.ru/text6/23.htm

**Пітюкіна Анастасія**
студентка 3 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., викладач Пирогова Х.М.

## ВИДИ ТА ФУНКЦІЇ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ В ГАЗЕТІ «ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ»

Сучасні дослідження з журналістикознавства справедливо підкреслюють, що робота над заголовком – процес творчий. Заголовок є першим сигналом, що побуджує прочитати газету чи відкласти її. Стиль заголовків репрезентує концепцію видання і формує його аудиторію. Особливість заголовку у тому, що він має дуалістичну природу. Він, з одного боку, є позатекстовим елементом, що має самостійність, а з іншого боку є компонентом тексту, що пов'язаний з іншими елементами цілісного твору. Важливість заголовку у впливі на читача полягає у тому, що він займає стилістично сильну позицію поряд із зачином і кінцівкою тексту.

Заголовок – це елемент дискусійної структури, підпорядкований загальному задумові, програмі тексту [2, 112]. У заголовках журналісти та редактори прагнуть відобразити свою оцінку, ставлення до тієї чи іншої події, максимально привабливо сформулювати суть матеріалу. Тому саме заголовок є скороченим змістом, ідеєю матеріалу.

В. Здоровега акцентує увагу на тому, що, враховуючи постійний вплив західних мас-медіа та власний розвиток ЗМІ типи і види заголовків неспинно урізноманітнюються. Дослідник відокремлює інформаційний, спонукально-наказовий, проблемний, констатуюче-описовий та рекламно-інтригуючий заголовки [2, 113].

Інформаційні заголовки частіше за все використовуються в подієвій інформації. Основний масив заголовків «Дзеркала тижня» складають інформаційно-проблемні, що містять в собі одночасно інформування й мінімальний аналіз. Наприклад: «Китайці стали багатшими за українців», «Європа ще раз визнала: в нашій міліції убивають».

Спонукально-наказові заголовки більше властиві тоталітарній журналістиці із її нав'язуванням окремих ідей. Тому в сучасній журналістиці вони переформувалися у спонукальні. Яскравими прикладами є заголовки: «Уряду – кредити! Народу – тарифи!», «Вперед, Франціє!».

Констатуючо-описові заголовки, не викликають таких емоцій у читачів, як спонукальні чи інтригуючі, але чітко передають сутність подій, про які йдеться в матеріалі. Прикладом є такі заголовки: « Шахтар» і місто контрастів», «Капітальні проблеми державних банків» та «Кадрові перестановки у владі

продовжаться». Недоліком цього виду заголовків, на нашу думку, є те, що з матеріалом ознайомиться не кожна людина, а лише та, якій подія здасться цікавою.

Рекламно-інтригуючий заголовок має елемент несподіваності, сенсаційності. Щоб привернути увагу, виділитися із загального ряду, заголовки статей у виданнях іноді формулюються явно провокаційно, двозначно або на межі образи. Найцікавіші інтригуючі заголовки: «Союзники чи співв'язні?», «…Та депозитні маніпуляції», «Зачем он в наш колхоз приехал?» та «Паперове цунамі, або Хто кого передрукує?».

На сторінках газети використовуються заголовки із комічним підтекстом – вони переважно є елементом інтригуючої назви. Наприклад: «Щоб роботодавець не дрімав» та «Лампочка Ілліча за тарифом Федоровича». Подібні заголовки значно швидше можуть налагодити зв'язок із читачем та отримати від нього відгук.

Найважливіша функція газетного заголовку – керування увагою читача. Заголовки допомагають читачу ознайомитись з номером, швидко отримати представлення щодо змісту його матеріалів, обирати найголовніше та найцікавіше. «Заголовок повинен до відомого ступеня попереджувати про зміст», – писав відомий російський публіцист В.Короленко [1, 122]. Е. Лазарева виділяє такі функції газетних заголовків: графічно-видільну, номінативну, інформаційну, агітаційну (схожа на рекламну), оціночно-експресивну, інтегративну та композиційну [3, 59-61].

Заголовок – своєрідна теза кожного виступу. В залежності від жанру співвідношення тексту проявляється по різному. В невеликих замітках воно безпосереднє й прозоре: «Скасування голограм у руках Януковича», «Український бізнес проігнорував актуальний кінофестиваль, присвячений правам людини». У великих аналітичних та публіцистичних матеріалах зв'язок із текстом можна відстежити лише приблизно. Заголовок дає лише контури, приблизну схему статті: «Хай краще світ прогнеться під нас?», «Планета мавп». Але в обох випадках еталоном заголовку є той, змістове наповнення якого дорівнює змісту тексту.

У «Дзеркалі тижня», як у будь-якій суспільно-політичній газеті, заголовок виконує два завдання – презентує суть тексту й привертає увагу аудиторії. Тобто, виконує номінативну й рекламну функцію. Це – провідна функція всіх заголовків. Подібні властивості має інформаційна функція – заголовок привертає увагу читача до тексту, якщо у ньому міститься цікава для нього інформація. Яскравим прикладом є такі заголовки: «Землерозвод», «Керченська протока: як ділитимемо?».

Графічно-видільну функцію несуть у собі майже всі заголовки видання – кожен з них виділяється особливим шрифтом чи накресленням.

Агітаційна функція заголовка, схожа на апеляційно-пропагандистську, за допомогою такого заголовка редакція й автор намагаються донести свою думку, вплинути на читача. В подібних агітаційних заголовках простежуються елементи оцінки автора. Тому ми відокремлюємо схожу функцію – оціночно-експресивну. Яскравим прикладом слугують такі заголовки: «Адміністративна

реформа або назад в СРСР», «Антилігенція»: «внутрішня еміграція» у Середньовіччя».

Інтегративну (єднальну) функцію яскраво виражає заголовок «Придністров'я: врегулювати не можна законсервувати». Він неодноразово повторюється в тексті, тому сприймається синтезовано із матеріалом.

Заголовки, що виконують композиційні функції, полегшують читання тексту, підкреслюють його архітектоніку, прогнозують поділення тексту на частини. Подібні конструкції є зв'язуючою ланкою між частинами матеріалу та посилюють сприйняття. Прикладом виконання композиційної функції є матеріал із заголовком «А міськрада нам не указ…», що поділяється на «глави» із такими назвами: «Злощасний третій пункт», «Обласні чиновники умили руки», «Ділянки на узбережжі» та матеріал «Людвіг Ергард: будівничий соціальної ринкової економіки», що складається з розділів «Не було щастя, да нещастя помогло», «Науковець», «Міністр», «Канцлер».

Сучасне журналістикознавство має велику кількість точок зору на зміст, функції та види заголовків. Проаналізувавши та упорядкувавши дослідження науковців, погоджуємось із думкою В. Іванова: «гарний заголовок у газеті – це концентроване відображення головної ідеї твору, головної думки автора, але відображення лаконічне, максимально стисле, чітке, конкретне» [4, 108]. Розмаїття видів заголовку передбачає наявність великої кількості функцій, які залежать від етапів сприйняття. Також науковці зазначають, що чітко сформованої теорії заголовка досі не існує, кожен несе у собі специфічні авторські особливості.

Література

1. Горбунов А. П. Язык и стиль газеты. / Горбунов А. П. – М : Издательство московского университета, 1974. – 268 с.
2. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості / Здоровега В. Й. – Львів: ПАІС. – 2004. – 268 с.
3. Лазарева Э. А. Заголовок в газете / Лазарева Э., Михайлова О. – Свердловск : издательство уральського университета. – 1982. – 95 с.
4. Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети: [Курс лекцій] / Іванов В. Ф. – К. : Знання, КОО. – 2000. – 229 с.

**Полєжаєв Юрій**
аспірант, Класичний приватний університет
Наук. кер.: к.філол. н., доц. Пенчук І.Л.

## ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ТРЕВЕЛ-ВИДАНЬ

Тревел-видання, або подорожні журнали на українському інформаційному ринку представляють один з найбільш перспективних сегментів, що своїми корінням сягає ще середньовічної літератури подорожей. Світовий ринок тревел-видань щорічно пропонує читацькій аудиторії величезну кількість журналів, які так чи інакше пропонують і описують подорожі.

Осмислення функціонального призначення, різновидів, типологічної характеристики всієї парадигми тревел-видань здатне допомогти молодим

українським туристичним виданням посісти чільне місце серед величезної кількості пізнавальних, освітніх та розважальних видань, знайти свою нішу, аудиторію і забезпечити конкурентоспроможність. У науково-теоретичному тезаурусі сучасного українського журналістикознавства тревел-видання ще не отримали належної фіксації навіть на термінологічному рівні, хоча українські журналісти, які спеціалізуються на туристичній тематиці вже давно використовують у своєму професійному лексиконі такі специфічні терміни, що притаманні тревелогії, як «журнал-тревелог», «травелог-видання», «тревел-видання», «інфлайт», «партворк» та інші специфічні професіоналізми.

Туристичні видання стали відомими ще за часів Радянського Союзу, завдяки журналу «Навколо світу» («Вокруг света»), що має понад 100-літню історію, а також завдяки однойменному телевізійному проекту, який завдяки довготривалому періоду існування на телебаченні (більше 37 років) і незмінному ведучому Юрію Сенкевичу, навіть потрапив до Книги Рекордів Гіннеса.

Дослідивши тревел-видання в Україні, серед найпопулярніших виокремлюємо такі виданя, як «Український туризм», «Міжнародний туризм», «Велика прогулянка», «Странник», «Мандри», «Едем в отпуск», «Заграница» та інші, констатуємо, що:

– журнали подорожей представляють собою специфічну інформаційну систему, яка має своє стійке «нішеве» поле в сучасному медіа просторі, що стрімко і динамічно розвивається;

– тревел-видання представляють собою журнали подорожей універсального типу і відносяться до науково-популярного типу видань, що розповідає про природу і людину, подорожі по різних країнах, побут, культуру, та історію;

– українські трепел-видання потужно розвиваються, є конкурентноспроможними, викликають інтерес рекламодавців і мають серйозні перспективи для подальшого розвитку й ускладнення своєї типологічної структури.

Сьогодні важливим є розуміння класифікації тревел-видань, їхньої типології, різних підвидів та модифікацій. Преса подорожей, що відноситься до масового науково-популярного і спеціалізованого типу видань, в журнальній формі реалізується переважно за допомогою універсальних (тревел-журналів), спеціалізованих (туристичних та спортивних журналів), вузькоспеціалізованих (журнали про дайвінг-туризм, екстремальні види спорту тощо), професійних (журнали, присвячені готельному бізнесу), оперативно-довідкових (журнали-гіди, журнали-навігатори, інфлайти, про полювання, рибальство тощо), рекламно-комерційних періодичних видань (яхтинг, суднобудування, водні види спорту), журналів-аналогів періодичних телепередач тощо. Крім цього існують гібридні форми видань, які активно використовують контент тревел-журналів (партворкі), а також найрізноманітніші види «прагма-путівників» (туристичних гідів), які активно включаються в постійні тематичні рубрики інформаційно-розважальних журналів (своєрідний «журнал в журналі»).

Увагу привертають і модифіковані різновиди трепел-видань, такі, як «інфлайти» (бортові журнали). Inflight в перекладі з англійської – «на борту».

Цей напрямок представляють друковані видання, що поширюються на бортах українських і зарубіжних авіакомпаній, бізнес авіації, в аеропортах, VIP та Бізнес-залах терміналів в всьому світі.

До переваг таких видань відносимо такі його характеристики:

– нині українці все частіше звертаються до авіа перельотів;
– пасажирами літаків нині переважно є активні, освічені, забезпечені люди, яким подобається бути сучасними і прогресивними, вони прагнуть бути поінформованими;
– обсяг пасажирських авіаперевезень понад 20 млн. осіб на рік, відповідно пасажиропотік авіакомпанії буде охопленою потенційною читацькою аудиторією;
– під час польоту пасажири, зручно розташувавшись, в будь-який момент можуть почитати або просто погортати улюблений журнал, що знаходиться у кишені попереднього крісла;
– оскільки такий вид преси є практично єдиним інформаційним джерелом під час польоту – відсутній інформаційний «шум»;
– всі редакційні матеріали носять виключно позитивний емоційний відтінок і сприяють формуванню гарного настрою в усіх пасажирів на борту, а в поєднанні з яскравим ілюстративним матеріалом та високим поліграфічним виконанням, читання бортових видань все частіше стають одним з улюблених занять під час польоту.

До найвідоміших інфлайт-видань в Україні відносимо «Меридіан» (авіакомпанії «Дніпроавіа») та «Your Wind» (авіакомпанії «Роза вітрів»).

**Полєшко Анастасія**
студентка 4 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Бондаренко І.С.

## ОБРАЗ ПРОФЕСІЇ У КОНТЕКСТІ ПРОФЕСІЙНОГО САМОВИЗНАЧЕННЯ ЖУРНАЛІСТА

Професія журналіста вирізняється серед інших через високий рівень соціальної відповідальності, творчий характер, парадоксальність і драматизм. Вона проектується на особистість журналіста, диктує певну сукупність властивостей і характеристик, якими повинен володіти представник цієї професії.

Термін “професія” (лат. говорити публічно) використовується в таких значеннях: спільнота людей, зайнятих у певній галузі праці; процес діяльності; якісна визначеність людини, що володіє певними вміннями, знаннями, досвідом, особистими якостями.

У ЗУ “Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів” подається таке визначення журналістської діяльності: “Журналіст - творчий працівник, який професійно збирає, одержує, створює і займається підготовкою інформації для засобів масової інформації, виконує редакційно-посадові службові обов'язки в засобі масової інформації (в штаті або на позаштатних засадах) відповідно до професійних назв посад (роботи)

журналіста, які зазначаються в державному класифікаторі професій України".

Погоджуємося з думкою І. Михайлина, який стверджує, що професія журналіста – це безкінечне самовдосконалення, йому завжди є чому навчатись. У нього немає поняття "після роботи", бо неможливо виключити себе з потоку духовної праці. Хороший журналіст постійно поглиблює свої знання, стає справжнім фахівцем у певному тематичному напрямку, багато читає, працює в бібліотеках, збирає досьє, вивчає мову, вдосконалює стиль, опановує досвід класики журналістики й публіцистики. Журналістська праця – це не просто вміння вправно написати замітку чи статтю, а своєрідний спосіб сприйняття світу, спосіб бачення реальності, спосіб мислення і світовідчуття, спосіб існування і усвідомлення себе у неспокійному житті [6, с. 16].

О. Климова визначає структуру професійної самовизначеності особистості: усвідомлення своєї приналежності до професійної спільноти; знання про своє місце в системі професійних "ролей"; знання про міру визнання в професійній групі; знання про шляхи самовдосконалення, вірогідні зони успіхів і невдач, знання своїх індивідуальних способів успішної дії, свого стилю в роботі; уявлень про себе і свою роботу в майбутньому [3, с. 25].

Професійна ідентифікація — це об'єктивна і суб'єктивна єдність з професійною групою та діяльністю. Зворотний процес, пов'язаний з об'єктивним і суб'єктивним відкиданням цієї єдності і руйнуванням професійних характеристик особи формує професійне відчуження. Ідентифікація і відчуження – способи персоналізації і самовизначення індивіда. Ідентифікація з журналістською професією може бути позитивною і негативною. Позитивна ідентифікація є успішною реалізацією в журналістиці через відчуття єдності із співтовариством, професійними цінностями. Негативна ідентифікація спостерігається тоді, коли суть і цінності професії журналістові байдужі. Такий журналіст може бути харизматичним, проявляючи талант здаватися "таким, як треба". У такого журналіста відсутнє відчуття відповідальності перед суспільством, священний аспект служіння суспільству [5, с. 115].

Людина, що здобула журналістську освіту, володіє не лише необхідними професійними навиками, але і знанням норм, цінностей, що розділяються в співтоваристві. Факультет журналістики – це місце, де можна зав'язати знайомства, зв'язки з джерелами інформації. Журналістська освіта, перш за все, цінна тим, що дає фахові, базові знання, поняття корпоративної солідарності. В результаті виробляється "свій" стиль життя, розвивається відчуття загальної єдності [5, с. 84].

М. Нечиталюк зауважує, що на відміну від інших спеціальностей у ВНЗ спеціальність журналістика вимагає особливого підходу до формування майбутнього спеціаліста. Йдеться не стільки про енциклопедичну орієнтацію молодої людини у всіх формах суспільного життя й буття, а про вироблення у неї особливих рис характеру журналіста, здатного забезпечувати потреби інформаційної служби в пресі, на радіо й телебаченні [4].

За час навчання на факультетах журналістики і практики в різних ЗМІ у журналістів-початківців формується більш адекватний і реалістичний образ

професії. Професійний план – це представлення на папері більш реалістичного образу професії. Особливості планів і хід їх побудови залежать від індивідуальних характеристик студентів: складу розуму, характеру і досвіду людини. Образ професії – це засвоєне індивідом соціальне знання.

На основі цього образу, такої когнітивної схеми, він будує свої плани і потім діє. Уявлення про професію має на увазі знання суб'єктом вмісту роботи, умов праці, вимог, що пред'являються професією до людини. В процесі професійного самовизначення уявлення про вибрану професію виконують регулятивну функцію, яка виступає в трьох аспектах: когнітивному (знаю і відповідно оцінюю), емоційному (подобається, не подобається), поведінковому (має намір вибрати, вибрав і надалі передбачаю працювати по вибраній професії) [5, с. 68].

Існує певний обсяг знань, властивий кожній професії. В журналістиці, більшою мірою, ніж в інших професіях людина повинна вміти застосовувати великий діапазон вмінь і навичок: здобутих під час навчання, власного досвіду, досвіду попередників і т. д.

Професійні здібності журналіста ділять на загальні і спеціальні. Загальні професійні здібності поділяються відповідно на комунікативні, ділові, емоційно-вольові властивості особистості. *Комунікативні властивості особистості* – це комунікабельність (бажання і вміння спілкуватися з людьми), здатність до організації правильного спілкування з ними, симпатія, вміння переконувати людей, впливати на них. Що ж стосується *емоційно-вольових якостей*, то: по-перше, стосовно себе журналіст докладає вольових зусиль, щоб зібратися, зосередитись на об’єкті, уникаючи всіх побічних перешкод; по-друге, наміри людей, до яких він прийшов, не завжди співпадають з намірами журналіста, тому йому необхідно різними методами переконати, примусити їх підкоритися його творчому задумові, взяти безпосередню участь у підготовці матеріалу; по-третє, вольові зусилля потрібні в процесі втілення певної концепції, яка відповідає суті відображуваного, задумові; по-четверте, вольові зусилля необхідні журналістові, щоб відстояти перед опонентами задуману концепцію матеріалу, індивідуальний стиль. До *ділових якостей журналіста* належать працелюбність, оперативність у роботі, зібраність. До *спеціальних професійних здібностей журналіста* відносять аналітичні здібності, здібність оригінально мислити, мовленнєву обдарованість, літературні здібності [2, с. 27].

Особистісні якості, інтереси і схильності, які журналістові варто застосовувати у ході своєї професійної діяльності - це об'єктивність, ерудованість, самоконтроль і урівноваженість, терпимість, безоцінне ставлення до людей, інтерес і повага до іншої людини, прагнення до самопізнання, саморозвитку, оригінальність, спритність, різнобічність, допитливість, тактовність та ввічливість [1, с. 86].

Є.Прохоров як “ядро” світу особистості журналіста виокремлює світоглядні, соціально-політичні позиції, що межують і взаємодіють зі сферою професійних нахилів, реалізувати котрі можна за наявності певних здібностей. Успішну діяльність, що проявляється як реалізація позицій, нахилів, здібностей, забезпечують, на думку автора, сукупність особистісних якостей, система

засвоєних знань, здобуті під час практики навички і досвід. “Зовнішній прошарок”, який скріплює весь світ особистості журналіста, становлять сфера відповідальності за професійно-творчу самореалізацію, за самовдосконалення і розвиток особистості, самовіддача в служінні суспільству”.

Але в журналістській роботі не можливо оминути той бік роботи, який вимагає від журналіста творчих здібностей - це нові оригінальні думки, нові погляди на явища, нові образи, втілені у відповідну досконалу форму. В ньому журналіст відображує суперечності, альтернативи, піддає сумніву тривалий час очевидні істини, вдало ставить запитання і уникає поверхових відповідей. Для цього йому повинні бути властиві творча уява, інтуїція, велика схвильованість, поєднання сміливості, захоплення і творча розважливість.

Модель особистості журналіста включає сукупність знань, умінь, навичок, здібностей і якостей, які забезпечуватимуть успішне виконання завдань, котрі виникають у професійній сфері, а також подальшу самоосвіту та самовдосконалення.

Є.Пронін подає наступну класифікацію моделей журналізму: “лицар гласності”, “плюй бой”, “пікейний жилет”, “кілер”, “сам собі інтерв’юер” та “зомбі”. В основу цієї класифікації було покладено принципи цільової направленості діяльності журналіста, його соціальної ролі, адресу апелювання, використання журналістом комунікативних прийомів та його ставлення до представників владних структур. Фінський дослідник журналістики А. Хейнонен виділяє ще одну роль журналіста в професії – “вартового собаки” [5, с. 126].

Щоб стати високопрофесійним журналістом, треба виробити в собі органічне розуміння і відчуття народної моралі. Журналістика як професія, що базується головним чином на комунікації – отриманні та передачі інформації про суспільний світ, – не може обминути питання етики. Адже комунікація відбувається як людська взаємодія, тому вона протікає в межах певних правил, що роблять можливим взаєморозуміння та адекватну реакцію адресата на сприйняту інформацію.

На думку директора Журналістського інституту в Берліні проф. Е. Дофіфата, жодна професія не потребує більшої особистої посвяти, ніж журналістика, що вимагає великою мірою жертовного ідеалізму та високих моральних засад [1, с. 145].

Ми погоджуємося з думкою В. Карпенко, який виділяє типові складники фахової журналістської етики – це громадянськість, сумлінність, правдивість, об’єктивність та принциповість журналіста.

Можемо зробити висновок, що журналістська праця – це не лише технологічні моменти діяльності, а своєрідний спосіб сприйняття світу, спосіб бачення реальності, спосіб мислення і світовідчуття, спосіб існування і усвідомлення себе у житті. Журналістська діяльність виявляється не набором певних особистісних рис і навичок, позбавлених прагнень та бажань. Ця діяльність – цілісний, специфічний спосіб життя, що органічно складає й наповнює всі аспекти життєдіяльності журналіста.

Література
1. Бочковський О. І. Українська журналістика на тлі доби: Історія, демократичний досвід, нові завдання / О. Бочковський, С. Сірополко; за ред. К. Костева, Г. Комаринського. – Мюнхен, 1993. – 204 с.
2. Бударина Т. А. Методика обучения интервьюированию на иностранном языке студентов-журналистов: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. / Бударина Татьяна Алексеевна. – Тамбов, 2003. – 418 с.
3. Климова Е. А. Психология профессионала / Е. А. Климова. – М., 1996. – 74 с
4. Бібліографічна підготовка журналістських кадрів / М. Ф. Нечиталюк // Теоретичні та організаційні проблеми формування репертуару української книги та періодики: Доповіді і повідомлення Міжнародної наукової конференції 25–26 серпня 1995 р. / Редкол.: Л. І. Крушельницька (відп. ред.) та ін. – Львів, 1997. – 468 с.
5. Сосновская А. М. Журналист: личность и профессионал (психология идентичности) / А. М. Сосновская. - СПб.: Роза мира, 2005. – 206 с.
6. Михайлин І. Л. Основи журналістики: [підручник] / І. Л. Михайлин. – 3- вид., доп. і поліпш. – К.: ЦУЛ, 2002. – 284 с.

**Полякова Катерина**
студентка 6 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: д.філол.н., проф. Шевченко В.Ф.

## ОСОБЛИВОСТІ УТВОРЕННЯ БЛОГОСФЕРИ „УКРАЇНСЬКОЇ ПРАВДИ”

У сучасному світі електронні технології набувають все більшого значення і розвиваються дуже стрімкими темпами, що сприяє процесам глобалізації та інформатизації світового співтовариства. За останні два десятиліття в Україні Інтернет став не тільки найзручнішим і найпопулярнішим, а й загальнодоступним засобом отримання й поширення інформації.

У науковій думці блоги розглядаються як нове комунікативне та інформаційне середовище, новий жанр, нове джерело новин, як засіб вираження громадської думки. Блоги неодноразово ставали об’єктом дослідження таких вчених, як: І. Артамонова, Я. Бардашевич, В. Буряк, В. Волохонський, С. Демченко, А. Косенко, О. Коцарев, О. Мелещенко та ін.

Блог поєднує в собі риси електронно-комунікативного засобу спілкування (наявність мережі, масовість, доступність тощо) та щоденників, есе, листів (хронологія викладу, розрахованість на читача, специфічна лексика, одна часова вісь). „Блоги, подібно до листів, розраховані на аудиторію, а отже, на читача. Для блогів характерними є відкритість доступу та необмежена кількість користувачів мережі, що призводить до втрати чинника приватності автора” [1, с. 6].

Блоги є одним із перших форматів публікацій, народжених у гіпертекстовій частині Мережі, де наявні пости, насичені посиланнями на інші ресурси мережі. Крім того, блоги – це середовище, що містить складну сітку перехресних посилань не тільки на тексти, але й на авторів та їхні інтереси.

О. Мелещенко, розглядаючи питання переваг медіа-середовища Інтернету, говорить про ,,персоналізацію інформаційного потоку", при якій користувачеві пропонують самостійно вибрати цікаві для нього матеріали. Інтернет-ЗМІ фактично ,,продають своє бачення інформаційного потоку" [2, с. 99].

Для нормального функціонування блогосфера як соціальна мережа повинна володіти можливістю створення віртуальної особистості учасника Мережі й гнучкого управління нею користувачем (під контролем третьої сторони, як це відбувається на ,,Українській правді"). Іншими словами, образ у Мережі може формувати уявлення про цілісну особистість – з її портретом, інтересами, схильностями й звичками, а не складатися лише зі скупих анкетних даних (ім'я, вік, адреса).

На думку А. Чернікова, ,,інформаційні сайти хочуть роздобути відомих блогерів, оскільки вони залучають велику аудиторію. Але редакції також прагнуть ,,завести" собі й менш відомих авторів, бо вони здатні створювати контент і розширювати коло читачів. Для того, щоб отримати з цього користь, потрібно домовитися з блогерами про основні правила гри й не втручатися в те, що вони пишуть" [5].

На досліджуваному сайті ми знайшли двадцять вісім професійних журналістів, які ведуть власні блоги, серед яких є як відомі персони (Д. Гнап, М. Княжицький, Є. Соболєв), штатні працівники ,,Української правди" (С. Лещенко, М. Найем, О. Притула), так і мало відомі на всеукраїнському рівні журналісти (К. Усов, І. Федорів, А. Чаленко).

Блоги ,,Української правди" мають власну Інтернет-сторінку (http://blogs.pravda.com.ua/), на яку є посилання у навігаційному меню сайту. Оновлення блогерів також відображаються на головній сторінці справа з можливістю перелистування останніх п'яти записів разом із зображенням аватару, імені блогера та назви публікації.

Сторінка з блогами складається із кількох основних розділів. На першому екрані браузера користувач бачить останні записи. Два найновіші матеріали подаються зі збільшеним аватаром (112х112 пунктів), іменем автора, заголовком, поряд із яким зазначається загальна кількість записів автора, лідом та датою публікації. Шістнадцять наступних записів розташовуються нижче у вигляді двох стовпців, де розмір аватара стандартний для блогу – 62х62 пункти. Крім того, відсутній лід, що спрощує швидкий пошук необхідної теми.

Під цими блоками розташовується список усіх авторів в алфавітному порядку із зазначенням кількості публікацій.

Блоги поділяються на шість категорій – ,,Політика", ,,Економіка,", ,,Суспільство", ,,Культура", ,,Спорт", ,,Шоу-бізнес". Тематичні напрями виведені у верхню частину сторінки. Поряд із ними є покажчик блогерів, які в цей момент знаходяться на сайті (рубрика ,,ONLINE"). Є список найпопулярніших постів, причому цю категорію можна розглядати як за тиждень, так і за місяць (за вибором користувача).

Окремою врізкою йде вікно блогів на сайті ,,КорреспонденТ.net", під яким розташовується архів блогів.

У пошуках необхідної інформації користувачі фокусують увагу на тих частинах сторінки, де ця інформація може бути розташована, – на основному тексті та гіперпосиланнях. Великі, барвисті, анімовані банери в цьому випадку повністю ігноруються. ,,Користувачі ігнорують все, що схоже на рекламу. У них вироблені досить чіткі схеми, якими вони керуються, виконуючи у веб різні дії" [6]. На сторінках блогів ,,Української правди" відсутня реклама та анімовані банери, що підтверджує солідність видання й дозволяє користувачам зосередитися на контенті.

Для графічних зображень рекомендується відводити від 5% до 15% загальної площі головної сторінки. Використання музики небажане, але якщо воно є, то слід передбачити можливість її вимкнути. Аналогічна ситуація і з анімованою заставкою. На головній сторінці блогів ,,Української правди" зображення, зокрема аватари авторів, займають близько 11% загальної площі. Музичний супровід та анімовані заставки відсутні, що свідчить про важливість і конкретність поданої на сторінці інформації. Крім того, графіка відображає реальний зміст публікацій, а не тільки слугує прикрасою.

У статті ,,Створення сайту та юзабіліті" вказується, що ,,зображення повинні бути відредаговані відповідно до розмірів екрану. Слід уникати вживання ,,водяних знаків" і не використовувати анімацію відносно головних елементів сторінки" [4].

Для прикладу порівняємо публікацію Р. Кухарчука ,,Перспективна рішучість Яценюка" від 28 жовтня 2011 р., запис у блозі Д. Гнапа від 18 листопада 2011 р. ,,Чекаю вибачень від прем'єра Азарова" та матеріал М. Княжицького від 7 листопада 2011 р. ,,Цифрове телебачення повністю контролює Хорошковський. Докази". В усіх трьох матеріалах є ілюстрації. Розміри зображень відредаговані за розмірами екрану, тобто мають ширину 600 пунктів, висота залежить винятково від уподобань автора та технічних характеристик фотоапарата (600x450, 600x367 та 600x462 відповідно). Проте якщо у першому випадку ми маємо справу із фотографією першої шпальти газети та листівки із однаковими назвами ,,Україна проти Януковича" за підписом Фронту Змін, що безпосередньо стосується головного героя публікації Арсенія Яценюка, у другому – із відсканованою копією документа, де голова Державного агентства лісових ресурсів пояснює працівникам КРУ факти зловживань у його відомстві, в тому числі закупівлю портретів Президента, про які ведеться мова в блозі, то у третьому – зі скрін-шотом Угоди між Національною радою з питань телебачення та радіомовлення та компанією ,,Зеонбуд", збереженої у форматі *pdf. Тому можна зробити висновок, що ілюстрації в досліджуваних блогах підібрані відповідно до змісту публікації.

Однією з найважливіших властивостей блогів є їхня мультимедійність. Якщо на початку в блогах домінували текстові записи, то зараз у них публікується все більше найрізноманітніших ілюстрацій (для цього створюються служби фотохостингу). Крім того, деякі сервіси дозволяють робити звукові записи, а ряд розробників створює платформи для ведення відеоблогів (серед них і досліджувана сторінка ,,Української правди").

Сучасні інтернет-видання, особливо блоги, з часом перетворюються на дискусійні портали, де під публікаціями читачі залишають свої коментарі.

На певних сайтах, щоб коментувати, потрібно зареєструватися (зазначити логін і пароль), на інших простіше: потрібно ввести графічний код із картинки. Певним контролем також є зазначення країни коментатора, що різко зменшує кількість провокаторів, які видають себе за громадян України [3].

Використовуючи коментарі, блогер може стежити за реакцією своєї аудиторії, дискутувати, відповідати на запитання й уточнювати незрозуміле. „У блогах найчастіше використовується лінійна структура розташування коментарів, що призводить до об'ємного цитування й засмічення спілкування флеймом, при цьому деревовидна структура веде флейм двох людей в окрему гілку і він перестає відволікати інших учасників спілкування, що не може не радувати" [7].

На „Українській правді" блоги мають можливість коментування, однак для цього обов'язковою є реєстрація. Крім того, коментарі модеруються, про що свідчить напис: „Коментатори, які допускатимуть у своїх коментарях образи щодо інших учасників дискусії, будуть забанені модератором без додаткових попереджень та пояснень". Структура коментарів лінійна, тобто користувачі мають змогу цитувати в своєму пості попередні записи, однак такий підхід призводить до миттєвої втрати логічності листування. Цитати відокремлюються іншим кольором та шрифтом. Також при відправці коментарів вказується нікнейм читача та його IP-адреса.

Отже, оформлення блогів „Української правди" дозволяє сповна виконувати покладені на них функції і реалізовувати ознаки медійності. Однак відсутність списку тематичних статей, ускладнена посторінкова навігація та лінійна структура коментарів порушують загальні вимоги до оформлення блогів. Хоча, на нашу думку, такий потужний Інтернет-ресурс, як „Українська правда", може це собі дозволити.

Література

1. Досенко А. К. Медійність і психолінгвістична характеристика моделі блогів людей, які живуть із ВІЛ/СНІД : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комун. : спец. 27.00.01 „Теорія та історія соціальних комунікацій" / Анжеліка Костянтинівна Досенко. – Запоріжжя, 2011. – 16 с.
2. Мелещенко О. К. Взаємодія ЗМІ : нові форми як виклики часу / О. К. Мелещенко // Вісник Запорізького державного університету. Серія: Філологічні науки – Запоріжжя, 2002. – № 3. – С. 95 – 99.
3. Пиріг В. (Без)-культура веб-коментарів [Електронний ресурс] / В.Пиріг // Медіакритика : [сайт]. – Режим доступу : http://www.mediakrytyka.info/onlayn-zhurnalistyka/doslidzhennya-komunikatsiyi-veb-komentariv.html (13.01.2011). – Назва з екрану.
4. Сатин Д. Современные технологии юзабилити тестирования [Электронный ресурс] / Дмитрий Сатин // UsabilityLab : [сайт]. – Режим доступа : – http://habrahabr.ru/company/usabilitylab/blog/20066/ (24.12.2010). – Загл. с экрана.

5. Черников А. Создавайте блогерам условия для работы, но не пытайтесь ими управлять [Электронный ресурс] / Андрей Черников // Mediasapiens : [сайт]. – Режим доступа : http://www.osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/3648 (24.01.2012). –Загл. с экрана.
6. Эффективный цветовой контраст [Электронный ресурс] // Юзабилити Бюллетень. – 2010. – №31 : [сайт]. – Режим доступа : http://www.usabilityprofessionals.ru/UsabilityBulletin-31.aspx?EntryID=829 (24.12.2010). – Загл. с экрана.
7. Юзабилити интернет-форумов и комментариев в блогах [Электронный ресурс] // В3 : [сайт]. – Режим доступа: http://bechtold.biz/2008/09/12/comments-usability-forum-blog/ (18.02.12). – Загл. с экрана.

**Прокопенко Валерія**
студентка 4 курсу журналістики
Наук. кер: к.філол.н., доц. Санакоєва Н.Д.

## ЛОГІКО-ПСИХОЛОГІЧНА АРГУМЕНТАЦІЯ В РЕКЛАМІ

Реклама – це мистецтво маніпулювати свідомістю і підсвідомістю споживача. Для ефективного здійснення кінцевої мети комунікативного дискурсу рекламісти активно використовують аргументацію в рекламних зверненнях.

Оскільки основна мета рекламної комунікації – впливати на модель поведінки споживача, доречно розглянути та охарактеризувати аргументацію реклами крізь призму логіко-психологічних аспектів. Проблема аргументації в рекламі посідає центральне місце. Аргументація є важливою, тому що робить можливим впровадження у свідомість реципієнта критеріїв оцінювання і об'єктивного сприйняття різних товарів. Окрім цього вона також «допомагає підсилити вплив рекламного образу» [6, с. 161]. Власне логіко-психологічна аргументація є багатокомпонентним процесом переконання, який здійснюється на основі емоційних чи раціональних домінант рекламного звернення, виражених у текстовому і/або візуальному аспекті. Реклама, як явище маніпулятивного дискурсу, зокрема як логіко-психологічна аргументація цікавить таких дослідників, як Б. Борисова [1], С. Волосожара [2], Л. Дмитрієву [3], Х. Кафтанджиєва [4], Н. Кутузу [5] та інших.

Реалізація рекламної аргументації в текстах здійснюється завдяки побудові аргументаційної складної конструкції різної структури. Існує психологічний і логічний способи аргументації, які активно використовуються у процесі рекламного переконання [5]. Найсильніший ефект у рекламному повідомленні може бути досягнутим за рахунок сполучення логічних і психологічних аргументів, а ефективність сугестивного впливу залежить від органічного поєднання логічних і емоційних домінант.

Є споживачі, в яких переважає емоційний чи раціональний тип мислення. Тобто люди з домінуючим раціональним типом мислення спираються на логіку, факти, перевірені судження, а представники емоційного типу мислення віддають перевагу враженням і власній інтуїції.

Отже, логічна аргументація дозволяє звернутися до раціональної сфери споживацької свідомості, а саме апелює до логіки, роз'яснює причини і переваги, чому варто придбати саме рекламований товар. Завдяки цьому способу рекламіст доводить існування проблеми споживача і пропонує її вирішення за допомогою товару, котрий рекламується [5]. Наприклад: *«Перший тональний крем, що ідеально адаптується до відтінку та типу Вашої шкіри. Новинка tru match бездоганна гармонія. Унікальний тональний крем, що вирівнює поверхню шкіри. Рівномірно вкриває шкіру та не залишає помітної лінії переходу кольору. Унікальна палітра з 8 природних кольорів. Адже Ви цього варті. Міла Йовович користується відтінком tru match C3 рожево-бежевий. L'Oreal. Paris.»*[5]*; «Тенотен – спокій та енергія на кожен день! Покращує: самопочуття, працездатність, пам'ять. Допоможе позбутися: надмірного хвилювання, роздратованості, тривоги.»; «БІОКОН. Основний догляд. Програма щоденного догляду за шкірою для жінок від 20 років. Зберігає красу Вашої шкіри. Переваги серії: гіпоалергенна основа, яка дозволяє шкірі дихати; природні активні компоненти: амінокислоти, вітаміни, масло ши, фіто екстракти.».* У логічній аргументації розкриваються внутрішні ознаки явищ і предметів, доводяться певні положення. Аргументація спирається на логіку, умовиводи і пов'язана зі змістовно-концептуальною інформацією тексту. У тексті рекламного повідомлення логічна аргументація виступає як індукція (умовивід від приватного до загального (узагальнення): із спостереження великої кількості випадків робиться загальний висновок), дедукція (умовивід від загального до приватного: із суджень про правильність загального ствердження робиться висновок, що правильні і окремі випадки його доповнення) і аналогія (прояв схожості декількох предметів і висновок стосовно того, що предмети схожі в інших стосунках. Аналогія може використовуватися, наприклад, під час виводу на ринок нового товару відомого виробника. Це може бути посилання на вже розкручений, відомий товар, який має сприятливий імідж) [3].

У раціональному переконанні використовуються риторичні прийоми аргументації, а саме: узагальнення, фундаментальний прийом, порівняння, підтримування, зміщення акценту. В рекламі частіше зустрічається зміщення акценту і фундаментальний прийом. Фундаментальний прийом логічної аргументації базується на тому, що повідомлення має пряме звернення до адресата із фактами, доказами і з наявними цифровими, статистичними відомостями. Що стосується зміщення акценту, то це раціональна аргументація, яка поступово підводить споживача до певного висновку [5].

Психологічна аргументація апелює до емоцій, почуттів і інтересів споживача, фокусується загалом на задоволенні, яке можна отримати у разі купівлі товару/ продукту. Цей спосіб рекламної аргументації ґрунтується на приємних емоціях, котрі реципієнт отримує від рекламного звернення, де описуються можливі задоволення і гарні емоції від використання певного товару [5]. Емоційно написаний текст рекламного повідомлення викликає живу, активну реакцію споживачів. Наприклад: *«Infiniti. Пристрасть визначає вибір. Що рухає нами? Бажання, почуття, емоції? Пристрасть. Пристрасть до*

*руху, прагнення до випередження, необхідність завжди отримувати краще. Якою б сильною не була ваша пристрасть до швидкості, контролю, комфорту або досконалості – Infiniti знає, як утамувати її. Унікальні умови в салоні офіційного дилера Infiniti вже цієї осені.»; «Привітай близьких особисто, де б вони не були. Безкоштовні дзвінки з можливістю відео-чату. Однокласники.»; «Сказати, що неможливо зробити все – було б неправдою. Доказ цього – Premier Cru від Caudalie – глобальний антивіковий догляд проти зморшок, який повертає пружність, сяяння та живлення шкіри. Premier Cru об'єднує 3 запатентованих компоненти для сенсаційних результатів.».* Для цього в зверненнях використовуються основні мотиви, котрі можуть бути виражені через фізичний позитив, економічний чи соціальний інтерес, розваги, істину і справедливість. До фізичного позитиву відносять безпеку, здоров'я, комфорт, інстинкт самозбереження. До економічних інтересів відносять примноження матеріальних благ, прибуток і вигоди тощо. На противагу цьому до соціальних інтересів відносять родину, авторитет, престиж, гарну репутацію, суспільні моральні принципи та інше. Що стосується розваг, то цей мотив реалізовано в рекламі за допомогою гри, азарту, змагань, гумору, відпочинку, а ось істина і справедливість грають на почуттях обов'язку, моральній підтримці, альтруїзмі, правді та істині [3]. Наприклад, у наведеному рекламному тексті фіксуємо використання мотиву фізичного позитиву: *«Вперше: абсолютний захист від сухості та стягнутості шкіри! Гарньєр живлення і комфорт порятунок для сухої шкіри. Усунення відчуття стягнутості на 24 години – 81%. Захист від сухості на 24 години – 83%. Формула «живлення і комфорт» з екстрактом меду акації заспокоює й відновлює суху шкіру, повертає їй відчуття комфорту. Ефективність підтверджено дерматологами»* [5].

У межах психологічного впливу в рекламних повідомленнях використовуються такі маніпулятивні прийоми: вдавана правдивість доказів (наведення статистичних даних, котрі повинні підтверджувати уявне враження або ж ніби то точної інформації з метою маніпуляції свідомістю), повторення (багаторазове відтворення основного елементу рекламного тексту, а саме слогану чи словосполучення), перебільшення (створення враження уявної переваги рекламованого товару/ продукту), аргумент з використанням образу авторитетної особи (використання цитат, слів відомих і популярних людей з будь-яких сфер життя з метою підтримки товарних марок, ідей тощо), апеляція до егоїзму (вживання в рекламному тексті комплементарних зворотів мовлення, звичайні компліменти, які мають потужний вплив на підсвідомість людини), іншомовні слова та термінологія (викликають уявне враження значимості, інтелектуальності щодо проблеми, яка обговорюється впродовж рекламного повідомлення), чорно – біла аргументація ( в рекламі подається формальна можливість вибору між практично однаковими варіантами, при цьому споживачеві не пропонується інша альтернатива), аргумент-звернення до народу (рекламний текст побудований так, що змушує підтримати або придбати продукт/ товар, бо так роблять маси інших споживачів).

Залежно від характеру аргументації і основної мети рекламного повідомлення виділяють рекламні стратегії раціонального та емоційного типу.

Раціональні: родова стратегія (передбачає пряме ствердження переваги товару або вигоди від його використання, без будь-якого порівняння з його конкурентами), стратегія переваг (стверджує про наявність переваг товару/ торгівельної пропозиції фірми у порівнянні з конкурентами), стратегія унікальної торгівельної пропозиції (базується на унікальності характеристик товару), стратегія позиціонування (спрямована на визнання місця певної торгової марки серед інших марок цієї товарної категорії). Емоційні (проекційні) типи стратегій: стратегія резонансу (ґрунтується на теорії емпатії, тобто співпереживання), стратегія імідж-марки (розрахована на психологічну диференціацію споживачів, завдяки використанню цієї стратегії товар стає символом певного психологічного типу споживачів), афективна стратегія (використовується гумор, незвичні ситуації, гра на полісемічності слова чи зображення). Усі ці стратегії повинні викликати стан емоційної причетності, позитивні відчуття, пов'язані зі сприйняттям рекламованого товару.

Отже, у сучасному дискурсі використовуються найрізноманітніші засоби для ефективного переконання споживача. У цьому процесі велике значення приділяється логіко-психологічній аргументації, яка передбачає експлуатацію емоційних та раціональних аргументів, що сприяє здійсненню впливу на споживача та зміні його моделі поведінки. Психологічні аргументи базуються на маніпулятивних прийомах, які успішно використовуються в рекламних текстах. Інколи, навіть, в одному рекламному повідомленні одночасно застосовуються декілька маніпулятивних прийомів з метою підсилення сугестивного впливу контексту. На відміну від психологічної аргументації логічний засіб переконання в рекламному тексті використовується для раціональної аргументації, тобто з метою апелювання до розуму споживача. Тож перспективи у логіко-психологічної аргументації, що зумовлені використанням в одному рекламному зверненні одночасно декількох аспектів аргументації, які повсякчас удосконалюються.

Література

1. Борисов Б.Л. Технология рекламы и PR / Б.Л. Борисов. – М.: Гранд, 2001. – 617 с.
2. Волосожар С. М. Аргументація в рекламному тексті [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vkhnu/Soc_kom /2010_903/content/volosozhar
3. Дмитриева Л. М. Приемы убеждения и аргументации в рекламе [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://bs-art.ru/library/articles/t_st_priemi_vozdeystviya_i_ubejdeniya_v_reklame/
4. Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации/ Х. Кафтанджиев. – М.: Эксмо, 2005. –368 с.
5. Кутуза Н. В. Логіко-психологічна аргументація в рекламному тексті [Електронний ресурс]/ Н.В.Кутуза – Режим доступа: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1962
6. Музыкант В. Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике/ В. Л. Музыкант. – М.: Армада-пресс, 2002. – 688 с.

**Рибальченко Д. Ю.**
магістр факультету журналістики
Наук. кер.: д.філол.н., професор Шевченко В.Ф.

# ІНТЕРВ'Ю ЯК ЖАНР СУЧАСНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ В АВТОРСЬКИХ ПРОГРАМАХ КОМЕРЦІЙНИХ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ

Значне місце сьогодні серед програм вітчизняного радіомовлення зайняли авторські передачі. Це зумовило появу інтересу до них журналістикознавців. Так, Г.Лазутіна [4], В. Цвік [8], В. Моїсеєв [6] у наукових працях приділяють чималу увагу цій формі подачі журналістських матеріалів. На нашу думку, найповнішу трактовку подано в підручнику «Радіожурналістика» (за редакцією А. Шереля): «Авторська програма – радіопередача, автор якої одночасно виступає в ролі її творця та ведучого, режисера, літературного та музичного редактора, коректора, а іноді й продюсера.» [9, с. 55].

Сучасна теорія радіожанрів, на думку О.Гояна, спирається на класичну систему жанрів і схему їхнього поділу на інформаційні, аналітичні і документально-публіцистичні [1, с.113]. Інтерв'ю відносять до інформаційних жанрів. При цьому як би залишається в тіні той факт, що метод інтерв'ю, як і інші методи, застосовується для одержання вихідних зведень, необхідних для підготовки не тільки інформаційних, але й аналітичних виступів. Інформація, отримана методом інтерв'ю, може бути трансформована і представлена,як кореспонденція, звіт, репліка, стаття і т.п.

Внаслідок синтезу жанрів, в авторських програмах інтерв'ю, в залежності від формату радіостанції, самої передачі, авторського задуму, поєднується з іншими аналітичними та інформаційними жанрами, проте зберігає всі ознаки самостійного жанру. До того ж, інтерв'ю – і досі найпоширеніший метод одержання інформації, що застосовується журналістами у всіх країнах світу [5, с. 144-145].

«Інтерв'ю (англ. interview - бесіда) – «цілеспрямована, зафіксована бесіда, призначена для поширення в пресі», – зазначає З. Смелкова [7, с. 168]. Цей жанр складається з відповідей конкретної людини, що представляє суспільний інтерес, на запитання журналіста. Як правило, в інтерв'ю подається бачення конкретної ситуації людиною, що займає значуще положення в будь-якій публічній сфері життя. «Виклад фактів, висловлення про події ведеться від імені інтерв'юера. Саме цим – думкою фахівця, компетентного в цьому питанні авторитетної особи – і цінне та унікальне інтерв'ю для читачів, слухачів, глядачів» [2, с. 218 – 219]. Причому навіть у такій ситуації роль журналіста в жанрі інтерв'ю залишається ключовою.

На думку дослідника В.Моїсеєва, «інтерв'ю – це бесіда журналіста з будь-якою особою, що представляє суспільний інтерес, і призначена для опублікування чи передачі по радіо, телебаченню. Ця форма організації матеріалу користується великою популярністю у журналістів» [6, с. 183].

Успіх в одержанні суспільно значущої думки компетентної особи на злободенну тему залежить від того, хто і як ставить цікаві і правильні

запитання. Журналіст намагається вгадати те, про що б запитали на його місці в інтерв'юера самі читачі, слухачі. У газетній публікації звичайно зберігається дійсність і невимушеність мовного спілкування між автором і його співрозмовником. Спираючись на дослідження З. Смелкової, відзначимо, що в логічній основі кожного інтерв'ю на перший план через призму індивідуальної думки авторитету варто висувати один із двох значеннєвих центрів: або це соціально-психологічний портрет особистості, або аналіз актуальної події, соціального явища, суспільної проблеми [7, с. 169].

О. Ваянова стверджує, що термін «інтерв'ю» вживається у двох значеннях: він означає метод отримання відомостей шляхом спілкування з іншими людьми, а також самостійний інформаційний жанр [3]. Спираючись на це твердження, для дослідження специфіки інтерв'ю в авторських програмах нами були обрані передачі «На зв'язку», «НепросParty-Шоу», «Вдаримо позитивом по сірості життя» (з ефіру радіостанції «Великий Луг»), а також «Народ і влада» та «Нічний ефір» («Ностальжі»).

Аналіз вищеперерахованих радіопрограм дозволив виокремити наступні усталені та нові специфічні ознаки для інтерв'ю як самостійного жанру в авторських програмах регіональних радіостанцій.

Радіоінтерв'ю може бути представлене як окрема частина авторської програми (рубрика), так і повністю складати основу авторської радіопередачі. При цьому жанр продовжує представляти собою живу розмову журналіста із гостем, що робить матеріал документальним та емоційним. Журналіст повинен дотримуватись усталених правил, готуючись до інтерв'ю. Така підготовка передбачає заздалегідь зібрати інформацію про героя у студії, його історію творчості, життя, діяльності. Також журналіст має сприяти тому, щоб гостеві було затишно в ефірі і він міг вільно спілкуватися та давати відповіді на запитання. Інші ознаки можна дослідити на прикладі драматургічної побудови авторських програм, у канву яких вписані інтерв'ю. Зазвичай, в ефірі регіональних станцій Запоріжжя саму основу авторської програми становить інтерв'ю. Так, ведучий у студії будує програму навколо розмови з гостем, розповідаючи про його досягнення, наводячи цитати з творів, історичні довідки, які плавно переходять у розгорнуті запитання до героя в студії. Такі інтерв'ю навіть інколи набувають ознак бесіди. Також інтерв'ю може бути представлене окремою рубрикою авторської програми. Окрім того, під час аналізування було відзначено наступну особливість – запитання журналіста до гостя розраховані на розгорнуті відповіді.

Отже, на сьогодні інтерв'ю в авторських програмах регіональних радіостанцій зберегло усталені та набуло нових специфічних ознак жанру, який з часом не втрачає своєї популярності серед інших представників жанрової палітри та, трансформуючись у нові форми, продовжує становити основу багатьох журналістських матеріалів.

Література
1. Гоян О. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту: підручник / О. Гоян. – 2-ге вид., допов. – К.: веселка, 2004. – 272 С.
2. Грабельников А. Работа журналиста в прессе : [учебное пособие] / А. Грабельников. – М.: РИП-холдинг, 2004. – 274 с.
3. Ваянова О. Авторсько-правова природа інтерв'ю / О. Ваянова // Підприємництво, господарство і право. – 2004. – № 9. – с. 108–109.
4. Лазутина Г., Основы творческой деятельности журналиста / Г. Лазутина. – М.: Аспект пресс, 2000. – 240с.
5. Лизанчук В. Радіожурналістика: засади функціонування: підручник / В. Лизанчук. – Львів: ПАІС, 2000. – 336 с.
6. Моїсеєв В. Журналістика та журналісти / В. Моїсеєв. – К.: Дакор, 2002. – 402 с.
7. Смелкова З. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты : [учебное пособие] / З. Смелкова. – М. : Наука, 2002. – 328 с.
8. Цвик В. Журналист с микрофоном. Учебное пособие / В. Цвик. – М.: Издательство МНЭПУ, 2000. – 482 с.
9. Шерель А. Там на неведомых подмостках: Радиоискусство. Проблемы истории и теории, 1922–1941 / А. Шерель. – М.: Российский институт искусствознания Министерства культуры РФ, 1993. – 483 с.

**Рибальченко Юлія**
студентка магістратури факультету журналістики
Наук. кер.: д.філол.н., професор Шевченко В.Ф.

## ДИТЯЧІ ТЕЛЕПРОГРАМИ НА ЗАПОРІЗЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ

Дитячі телепрограми є самостійним компонентом загальної системи засобів масової інформації. Їх специфіка виражається у чітко окресленій віковій орієнтованості на дитячу аудиторію. У зв'язку з цим у дитячій журналістиці використовуються особливі, притаманні тільки їй специфічні прийоми відображення дійсності, власні виражальні засоби, форми, способи контакту з аудиторією. Також дитяча журналістика є важливим елементом системи виховання дітей та підлітків, активно взаємодіє з різноманітними соціальними інститутами, які беруть участь у педагогічному процесі (навчання, наука, культура тощо).

Українська журналістика для дітей – важлива складова системи засобів масової інформації. Завдяки їй відбувається передача життєво необхідної інформації від старшого покоління до молодшого, активно здійснюється комунікація між найменшими реципієнтами. Надзвичайно актуальним сьогодні є питання духовного розвитку підростаючого покоління [1].

Саме дитяча медіа-продукція є «важливим джерелом знань та емоцій» [2, с. 72], дуже зручною формою донесення необхідних текстів, важливих у становленні дитячого світогляду.

Об’єктом дослідження обрано дитячі телепрограми «Казка Домовуші» (ЗНТРК «ТВ-5»), «Світ казок» (ТРК «Алекс»), «Книгочей», «Чудесний канал», «Весела абетка», «Життя у квадраті» (ЗОДТРК «Запоріжжя»).

Хоча провідним типом діяльності для дітей є гра, для них характерним є інтерес до малювання та елементарних видів праці. Діти часто знаходять себе в малюванні, конструюванні, ліпленні, усуваючи емоційне навантаження, що гальмує розвиток. Молодші дошкільники виокремлюються вмінням сюжетного конструювання, розвитком креативності. В образотворчій діяльності молодших дошкільнят є різні форми елементарної праці, у процесі якої між дитиною та дорослим встановлюються відносини реальної взаємодопомоги, координації дії, розподілу обов’язків. На телевізійному екрані цей дитячий інтерес знайшов втілення у передачах спільного виробництва, коли за 15-20 хв. ведучі ефіру пояснюють дітям секрети виготовлення «найскладніших» речей. Тому високою є популярність телепередач, у яких діти займаються ручною роботою, наприклад, «Казка Домовуші» на ЗНТРК «ТВ-5».

«Казка Домовуші» – телевізійна програма для дітей дошкільного і молодшого шкільного віку, яка виходить в ефір на каналі «ТВ-5» вже 15 років. У 2011 р. програма «Казка Домовуші» стала дипломантом Міжнародного дитячого, молодіжного фестивалю аудіовізуальних мистецтв «Кришталеві джерела» (організатор – Національна Рада України з телебачення і радіомовлення). Ведуча Інна Калініна разом з головним героєм-лялькою розповідають малятам про навколишнє середовище. Діти дізнаються про різноманітні загадки природи, історичні події, винаходи і відкриття. Цікаво і весело подаються основи математики і мовознавства. Розвиткові моторики рук і пробудженню фантазії юних глядачів сприяє виготовлення найпростіших речей. Читання й обговорення ведучої і Домовуші народних казок і класиків дитячої літератури формують у малюків уявлення про добро і зло, моделює адекватну поведінку в різних життєвих ситуаціях. У програмі демонструються малюнки і речі, які маленькі глядачі створили власноруч. Найкращі роботи нагороджуються призами від Домовуші. Програма закінчується мультфільмом.

Юнацькою аудиторією найкраще сприймаються матеріали телепрограм, що спонукають до пошукової діяльності. Більшість школярів віддає перевагу передачам, в яких до них звертаються із запитаннями, ставлять завдання, просять оцінити той чи інший факт, подію, явище, вчинок дорослої людини чи однолітка тощо. Телевікторини – яскравий приклад. Вони спонукають дітей та юнаків користуватися підручниками, словниками, довідниками, спеціальною літературою, зустрічатися з цікавими людьми. З'ясовуючи будь-яке питання, наприклад, з української історії, культури, мистецтва, явищ, юні глядачі виявляють свої знання, моральні цінності, емоційний настрій. У процесі такої активної діяльності формується свідоме ставлення до навчання, яке реалізується також через використання почутої та побаченої інформації з інших джерел.

Телепередачі для дітей та юнацтва повинні бути емоційними, що безпосередньо виявляється в самому відборі матеріалу, характерному спілкуванні ведучих зі своїми глядачами. Потрібний емоційний настрій можуть

створити самі діти, якщо вони є не тільки учасниками тієї чи іншої передачі, а й її творцями в ролі авторів і ведучих. Телебачення має сприяти розвитку здібностей у дітей. Втілення цієї мети можливе за рахунок створення різноманітних пізнавальних програм, таких як «Книгочей» (ЗОДТРК «Запоріжжя»), адаптованих для цього віку.

Суть програми полягає в тому, що маленькі глядачі протягом тижня повинні прочитати книгу (зазвичай казка, коротке оповідання як української, так і зарубіжної літератури), а потім у прямому ефірі ведуча Євгенія Богданова ставить запитання за змістом книги. За првильні відповіді учасники вікторини отримують призи. Тривалість програми – 50 хвилин. За цей тривалий період діти мають змогу подивитися мультик у перервах між відповідями. Цей медіа-продукт є унікальним, адже є єдиною програмою для дітей на запорізькому телепросторі, яка виходить у прямому ефірі.

Власний продукт телеканалу «Запоріжжя» – програма «Весела абетка», де кожного випуску діти дізнаються про нову літеру української абетки. Програма виконує одночасно освітню і розважальну функції, що є надзвичайно корисним для дошкільнят, які мають змогу вивчати ази української мови вдома, перед екранами телевізорів. Тривалість випуску – приблизно 13 хвилин. Програма складається з таких рубрик:

- «Літера» – оголошення літери, яку глядачі мають вивчити. Ведуча пропонує кілька слів, які починаються цією літерою;
- «Відповідайка» – дітям ставлять запитання стосовно будь-якого предмету, який починається на літеру цього випуску (наприклад, «що таке книга?»);
- «Знай наших» – рубрика, де йдеться про українських діячів, письменників, журналістів (наприклад, факти з життя Григорія Квітки-Основ'яненка у випуску про літеру «Г»);
- «Вгадайка» – ведуча розповідає загадку, після цього на екрані з'являється відповідь у вигляді картинки, щоб найменші глядачі мали змогу дізнатися відповідь, якщо її ще не знають.

Кожен випуск програми «Чудесний канал» на ЗОДТРК «Запоріжжя» присвячений актуальній темі (наприклад, початок весни). Розповідь ведучої Аліни Романюк підкріплена фотоілюстрацією та відеоматеріалами, що полегшує сприймання нової інформації маленькими глядачами. Разом із ведучою діти вивчають вірші. Маленькі глядачі надсилають листи до дитячої редакції телеканалу «Запоріжжя» з малюнками та віршами. Це перша програма для дітей та юнацтва на запорізькому телебаченні з сурдоперекладом. Програма закінчується мультфільмом.

Програма «Життя у квадраті» (ЗОДТРК «Запоріжжя») розрахована на глядачів 10-15 років, які цікавляться подіями міста. Об’єктом випуску може стати виставка предметів ручної роботи, майстер-клас із вироблення прикрас, приїзд відомих людей тощо. Жанр випусків зазвичай інформаційний. Проте новини подаються з урахуванням орієнтованості на юного глядача. Мова журналістів жвава й весела, що не переобтяжує сприймання дитини.

Для дітей трьох-чотирьох років оптимальними формами телепередач є казки, мультфільми, лялькові вистави, а кінофільми малюками ще

сприймаються не зовсім адекватно. Фольклорно-розважальні передачі міфологічної спрямованості мають потужний психологічний вплив на цю вікову категорію глядачів. Казка – це знакова система, за допомогою якої дитина інтерпретує довкілля; за допомогою казки молодший дошкільник починає формувати моделі тієї дійсності, з якою має справу, робить її опис. Діти вчаться впізнавати героїв казок, відповідати на запитання оцінного характеру образами, реченнями. Повторюючи зачини, кінцівки, окремі фрази, пісні, маленькі телеглядачі отримують позитивні емоції, стимулюють висловлювання за змістом переглянутого [3]. Цей жанр повною мірою реалізується на ТРК «Алекс» у програмі «Світ казок».

Дитяча казка на «Алексі» виходить в один і той самий час. Найменшим глядачам це допомагає формувати уявлення про ритмічність, старших дітей – дисциплінує. Велику частину інформації несуть інтонації, тембр голосу, жести, міміка, а також образи, які виникають в уяві дитини. Для показу автор програми Юрій Володьков обирає найпопулярніші дитячі казки з яскравими образами героїв, масовими сценками, невеликими та простими репліками. Знайомство з казкою за допомогою телебачення розширює світогляд дітей, збагачує їхню уяву й пам’ять, батькам обов’язково треба залучати дитину до справжнього телевізійного мистецтва, виховувати смаки. Обов’язковим позитивним елементом організації телемовлення на запорізькому телебаченні треба визнати діалог із глядачем у різних формах: поштові та SMS-повідомлення, анкетування, різноманітні голосування – монологічний спосіб вираження глядацької думки; безпосередня участь у передачах, дзвінки, прямий ефір, робота у фокус-групах – двосторонні форми співпраці. Діти спілкуються з професіоналами, які створюють цікавий та корисний медіа-продукт.

Дитяча телепрограма в ідеалі – це унікальний твір мистецтва, в якому всі засоби вербального й візуального впливу взаємозв'язані та взаємозалежні, злиті в єдиний художній образ відповідно до законів гармонії, законів прекрасного. Отже, дитячі передачі повинні розвивати й виховувати дітей, перетворювати їх у повноцінних членів здорового суспільства, здатного мислити, розуміти, співчувати й допомагати. Дитяче мовлення повинно складатися не тільки з мультфільмів, а ще й з науково-популярних, навчальних програм, екранізацій класичних творів, бесід про мистецтво й музику, в тому числі сучасну. Така ситуація простежується на телеканалах Запоріжжя.

Література

1. Кошак К. Жанрове розмаїття телепрограм для дітей та юнацтва // Вісник ЗНУ. – 2006. – № 1. – С. 106–110.
2. Пенчук І. Із досвіду дослідження впливу аудіовізуальних та друкованих ЗМІ на формування молодіжної аудиторії // Вісник ЗНУ. – 2002. – № 2. – С. 72–74.
3. Пенчук І. Телебачення для дітей в Україні: монографія / І. Пенчук. – Запоріжжя : КПУ, 2011. – 384 с.

**Свириденко Катерина**
студентка 4 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., ст. викл. Пирогова Х.М.

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРУКТУРИ ГАЗЕТНОЇ ЗАМІТКИ

Циркулювання інформації в сучасному світі настільки швидке, що людство живе за умов «глобального села» про яке говорив Маршалл Маклюэн у книзі «Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего»[5]. Інформаційні жанри в сучасних друкованих ЗМІ – це система, що розвивається так стрімко й не прогнозовано, що вітчизняні теоретичні розробки фіксують, у кращому випадку, її вчорашній день[7].

Зрозуміло, що зі зміною кількості інформації, яку людина споживає щодня, не може не змінюватися спосіб її подання. Це взаємопов'язаний процес. Адже чим більше інформації у світі, тим більше журналістського продукту, а, отже, виникає конкуренція працівників масово-інформаційної діяльності за споживача інформації.

Найоперативніше інформують людей невеликі інформаційні повідомлення – замітки. А. Тертичний зазначає, що вони є головним видом «сканування» дійсності, засобом оперативного повідомлення аудиторії про події в світі…[9]

Журналісти звикли користуватися принципом «перевернутої піраміди» при написанні заміток. Як зазначає О. Лащук «Расположение материала по принципу убывающей важности при композиционном построении сообщения…не просто желательно, но необходимо, поскольку облегчает работу с информацией. Такая структура, как правило, наиболее удобна для читателя: он быстро схватывает главное и может прервать чтение в любом месте, не упустив ключевых пунктов»[4, с. 88].

Проте така побудова матеріалів, хоча й продовжує застосовуватися в сучасних газетах, але більш підходить для заміток в електронних засобах масової інформації (на телебаченні, радіо або ж в Інтернеті).

А. Колесниченко відзначає ж кризу «перевернутої піраміди» і говорить, що актуальною вона була до 90-х р.р. ХХ ст. Адже до того часу набір в типографіях відбувався вручну і частина, що не вміщалась на газетну шпальту могла бути вилучена, при цьому матеріал не втрачав своєї думки[3].

У своїй праці відмову від моделі «перевернутої піраміди» висловив також А. Негришев. Він говорить про сюжетно-жанрову трансформацію сучасних заміток. Власне новинний факт представлений у формі міні-історії, має місце в сучасних невеликих інформаційних повідомленнях сюжетна напруга, яка створюється за рахунок невідповідності очікуваного і дійсного стану справ[6].

Причини кризи «перевернутої піраміди» А. Колесниченко вбачає в двох факторах:

1) відповідно до цієї схеми, початок повідомлення повинен містити найвагомішу інформацію. Проте це «найважливіше» читач вже знає через електронні ЗМІ;

2) виносячи головне на початок замітки, «перевернута піраміда» фактично робить непотрібною останню частину матеріалу[3].

Вигоду використання класичної структури у формі «перевернутої піраміди» в замітці у своїх працях відзначали В. Здоровега, М. Ким, О. Лащук, Д. Рэндал [1;2;4;10].

Проте А. Колесниченко говорить, що на сьогоднішньому етапі, преса повертає прихильність читачів, завдяки висвітленню новин у формі розповіді. Дослідник пропонує наступні чотири схеми подачі заміток на газетних шпальтах: «жвава» новина, «піщаний годинник», «м'яка» новина та фіче. «Жваву» новину відрізняє конкретна історія введена журналістом в матеріал. Особливість структури такої замітки в так званому, «піджвавлюючому» елементові, який вводиться в текст двічі – на початку, в першому або другому абзаці, в кінці, як правило, в останньому абзаці. Схема «піщаного годинника» полягає в тому, що першу частину матеріалу складає текст написаний по принципу «перевернутої піраміди» (від найбільш важливішого до менш важливого), а другу – історія розказана в хронологічному порядку. Така схема добре підходить для опису надзвичайних подій. Текст починається з суті новини, щоб задовольнити читача, який поспішає. Після чого журналіст використовує фразу-перехід, на кшталт: «За словами очевидців (рятувальників, міліціонерів) події розгортались наступним чином:». Далі варто дати детальну розповідь про подію з дотриманням хронології. Друга частина тексту може займати великий обсяг, а от перша зазвичай повинна бути не більше, ніж два-три коротких абзаци. «М'яка» новина – це по суті матеріал створений за схемою «пісочного годинника», але без першої частини. Це розповідь про подію в хронологічному порядку. Найбільш вдалою вона буде для так званих «добрих» новин. Інформаційна цінність такого матеріалу невелика, важливішою є сама історія та її опис. Остання схема отримала назву від журналістського жанру «фіче». Це жанр емоційної публіцистики, який не претендує на об'єктивну розповідь про подію, але дозволяє читачеві її пережити. Такий матеріал має відповідати на питання «Як себе почували учасники події в той момент, коли вона відбувалась?». За структурою – це хронологічний виклад подій в який вплітаються літературні прийоми викладу[3].

А. Негришев в свою чергу пропонує наступну структуру інформаційного повідомлення на заміну «перевернутої піраміди». Початок такого матеріалу складає «передісторія», далі журналіст має викласти власне новину (факт). Заключна частина повинна відображати наслідки того, що відбулося[6].

Як зазначає О. Самарцев сьогодні популярний комбінований стиль, який об'єднує в собі риси «перевернутої піраміди» з її чіткою структурою вступу та історію з вибудуваною драматургією. Сучасні закордонні посібники з журналістики наводять наступну структуру, властиву для побудови комбінованої історії: заголовок – вступ – цитата – зв'язка (перехід) – цитата – зв'язка (перехід) – цитата – зв'язка (перехід)… Суть такої комбінованої структури в спрощеному вигляді можна уявити як ряд висловлювань героїв історії, об'єднані в сюжетну лінію авторськими зв'язками, які допомагають логічно її розвивати [8].

Отже, сучасна преса, впадаючи в залежність від електронних ЗМІ, вимушена змінювати багаторічні підходи до роботи з інформаційними повідомленнями. Ряд дослідників пропонують свої схеми заміток. Проаналізувавши праці О. Самарцева, А. Негришева та А. Колесниченка можна помітити, що в нових структурах замітки факт, перемістили з початку тексту в середину матеріалу. Тобто сьогодні нівелюється першочерговість інформативної сторони замітки. Мова ж таких матеріалів, за поглядами Колісниченка А. має насичений художніми засобами характер[3;6;8].

Література

1. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості / В. Й. Здоровега. – Л. : ПАІС, 2004. – 268 с.
2. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения / М. Н. Ким. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 320 с.
3. Колесниченко А. В. Практическая журналистика: [учеб. пособ.] / О. В. Колесниченко. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2010. – 192 с.
4. Лащук О. Р. Редактирование информационных: [учеб. пособ.] / О. Р. Лащук. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 159 с.
5. Маршалл М. Галактика Гутенберга. Становление человека / М. Маклюэн — М. : Академический проект, 2005. — 496с.
6. Негрышев А. А. К макроструктурной типологии текстов новостных жанров / А. А. Негрышев // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2011. – № 1. – С. 228–244.
7. Розвиток газетно-журнальної справи в Україні [Електронний ресурс]/ М. К. Василенко. – Режим доступу до книги:
http://studgazeta.com.ua/articles/rozvitok-gazetno-zhurnalnoi-spravi-v-ukraini
8. Самарцев О. Творческая деятельность журналиста: [учеб. пособ.] / О. Самарцев. – М. : Академический проект, 2007. – 528 с.
9. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: [учебное пособие] /А. А. Тертычный. - М. : Аспект-Пресс, 2000. - 312 с.
10. Универсальный журналист [Электронный ресурс] / Д. Рєндал. – Спб : Национальнный институт прессы – 1999. – 120 с. – Режим доступа к книге:
http://evartist.narod.ru/text12/38.htm

**Сєчіна Карина**
учениця 11-А классу гімназії № 2 ім. Лесі Українки м. Запоріжжя
Наук. кер.: вчитель-методист Новицька Л.О.
Наук. консультант: доцент Хом'як Т.В.

## ПУБЛІЦИСТИКА О.ОЛЬЖИЧА ЯК ВИЯВ ЙОГО СВІТОГЛЯДУ

З творчістю О.Ольжича український читач зміг ознайомитись на початку 90-х років XX століття, коли з'явились друком збірки «Цитадель духа» (1991), «Незнаному воякові» (1994), «Олег Ольжич. Вибрані твори» (2007). Поет, мислитель, археолог, борець, незламна особистість, що відчувала себе каменем «з Божої прощі». О.Ольжич усвідомлював, що «умерти прийдеться лиш раз», тож міг «у вічі сміятись смерті» і до останнього подиху залишатись вірним своїм життєвим переконанням і принципам. Поет «української сучасности» й

«співець українського завтра» (за Є.Маланюком), він був переконаний, що державність можна відвоювати лише за умови зміцнення національного духу.. Національна ідея прочитується у підтексті його поезій, а серйозну відкриту розмову з читачем О.Ольжич веде у публіцистиці, оскільки він був і публіцистом.

Публіцистика О.Ольжича ще не досліджена належно. Про неї писали І.Воронюк, В.Гординський, М.Жулинський, О.Зінкевич, Р.Семків, Л.Череватенко, Б.Червак, Л.Чернявська. Однак ґрунтовний аналіз поки що відсутній. Певно, це пов'язано із «дражливістю» проблематики публіцистики О.Ольжича, оскільки основна увага в ній зосереджена на долі нації.

Після призначення головою Культурної Референтури Проводу, яка покликана була формувати духовність нового українця на «суто національних філософсько-світоглядних основах» [1, 392]. Невдовзі він опублікував статті («Облога культури», «В авангарді героїчної доби», «Українська культура»), у яких визначив нові напрямки української культурної політики як загальнонаціональні. Розуміння Ольжичем культурної політики опирається на світоглядні засади українського націоналізму. Національна ідея – це той фермент, що міцно єднає народ на ключових етапах його розвитку, цементує націю. Тому такого важливого значення в своїй діяльності і творчості надавав націєрозбудовчому чинникові: без гордої, гідної і сильної нації неможливе утвердження могутньої державної України як соборного і незалежного утворення.

О.Ольжич, на думку Р.Семків, у публіцистиці постає «по-європейськи освічений, раціоналістичний» [2, 6]. Додамо: «І Пророк». У «Дусі руїни» висловлено немало думок, співзвучних нашій епосі.

Публіцистика О.Ольжича зосереджена на визвольній боротьбі й безпосередньо з його революційною діяльністю. Його публіцистичні твори друкувалися у часописах «Пробоєм», «самостійна думка», «Український вісник», «Студентський вісник», «Українське слово» тощо. Він зосереджує увагу на політичних, освітніх, виховних, культурологічних, літературознавчих проблемах. Усі три статті виховної спрямованості («Українське довкілля», «Виховання молоді», «Весняні ігрища молоді») з'явились у 1941 році. О.Ольжич у них характеризує та добирає ті «ідейні дороговкази виховання», «засоби і матеріали», народні звичаї та обряди, які, на його думку, допоможуть у формуванні національної свідомості українців; вважає, що основним у вихованні української молоді повинна стати народність та «національність змісту і форми».

Для так званих педагогічних статей О.Ольжича характерний серйозний науковий підхід, міцна фактологічна база (наприклад, підбірка дитячих ігор: Мости, МАК, Перепілка), спортивних вправ (біг, лук, маршові змагання, ратище), класичних творів світової літератури, зокрема, Кіплінга, Лонга, Роберта, Сетон-Томпсона. Ім. властива риторичність, публіцистичність; про це свідчать такі ознаки: підкреслення певних слів і висловлювань, вживання емоційно-насиченої лексики переважно з сильним ідеологічним струменем, «націє розповідність»(термін Гомі Бгабга).Поділяємо думку Л.Чернявської, що

за жанром вони є «проблемно-оглядовими статтями, в яких досліджуються принципи педагогіки, заснованої на народній основі з сильним ідеологічним елементом» [3, 161].

У літературознавчих статтях, а всього їх сім, О.Ольжич аналізує творчість окремих письменників («Дмитро Фальківський», «Василь Мисик») і сучасний йому літературний процес загалом («Голод і сучасна українська література», «Сучасна українська поезія», «Два світовідчування» тощо).О.Ольжич вказує на описовість радянської літератури, свідомо пояснюючи це тими заборонами, які тяжіли над цими письменниками.

У статті «До проблем культурної ділянки» він дає власне визначення культури, розуміючи її як «цілість духового життя певної людської спільноти[1, 248] і виділяє два найважливіші чинники як на той час «сучасної культурної спільності – це є мистецтво і наука» [1, 248]. Значущу роль, на його думку, відіграє «література як мистецтво найбільшої ідейної насиченості» [1, 254]. О.Ольжич наголошує на творчості письменників-неокласиків і робить цілком слушний висновок, що це була «т. зв. внутрішня еміграція від ворожої суспільної дійсності» [1, 255]. Автор статті заперечує необхідність керівництва творчим процесом митців, вважає, що «зведення мистецтва до оголошених чергових адміністративно-господарчих кампаній нічого, крім руїни, пролетарській культурі принести не могла» [1, 257]. Свою думку він кваліфіковано і переконливо обґрунтовує.

Програмними для ОУН, важливими для кожного українця стали статті «Дух руїни» (дві), «Українська історична свідомість», «Український націоналізм», «Наші завдання». У них автор формулює і ставить завдання перед націоналістичним рухом, визначає роль і значення ОУН у суспільному житті, досліджує політичну історію України.

Історіософічність – ознака статей О.Ольжича про археологію, літературу, культуру загалом. О.Ольжич високо підносить українську націю, вважає її однією з кращих, переконаний, що вона має виконати важливу місію в суспільному житті, знаходиться в «авангарді нової людської цивілізації» [1, 276]. Якщо М.Хвильовий закликав рівнятися на «психологічну Європу», живучи в Україні, то мешканець Європи Ольжич не підтримував це гасло, бо бачив, що Європа не є ідеалом. Він афористично стверджував: «Коли крига західної оціпенілої Європи тріщить і колеться від натиску двох островів, що повстали з дна її півночі й півдня, то Україна є тим третім вулканічним островом, на трикутнику якого зіпреться історія нового європейського духа» [1, 276].

У статтях Ольжича наявні стислі, але надзвичайно місткі характеристики реальним історичним особам. До Мазепи, скажімо, він ставиться позитивно, а до Махна і Григор'єва – негативно.

Публіцистичні твори Ольжича за жанром – статті. Лише «У Свят-Вечір» являє собою, на нашу думку, поєднання елементів статті і нарису, і належить до зразків художньої публіцистики.

Статті О.Ольжича – це виклад його ідеологічно-програмних засад. У нього на першому плані не розум, а віра у свою національну правду. Своєрідністю стилю їх є використання ремінісценцій, алюзій, цитат. Це

переважно прямі літературні цитати і цитати з історичних документів, джерел, асоціації і введений в історико-культурний матеріал художній текст.

Образність у публіцистиці Ольжича досягається шляхом використання тропів, зокрема, метафор; тяжінням до символіки, оскільки створено окремі символічні картини; значення символу набувають і окремі висловлювання («Україна ставить собі нерукотворний пам'ятник – могилою під Базаром» [1, 290]). Характерна для публіцистики Ольжича і науковість.

Публіцистика Ольжича, як і його поезія, пройнята натхненним, оптимістичним струменем, виражає його світобачення.

Література

1. Олег Ольжич. Вибрані твори. – К.: Смолоскип, 2007. – 664 с.
2. Семків Р. Вступне слово // Олег Ольжич. Вибрані твори. – К.: Смолоскип, 2007. – С. 5-6.
3. Чернявська Л. Поетика публіцистики О.Ольжича // Вісник ЗНУ. Філологічні науки. – 1999. – № 2. – С. 159-164.

**Семенова Діана**
студентка 4 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Тяпкіна Н.І.

## МІСЦЕ ІНТЕРВ'Ю В СИСТЕМІ ЖАНРІВ ЖУРНАЛІСТИКИ

Як правило, інтерв'ю відносять до групи інформаційних жанрів, але останнім часом через взаємопроникнення стала, класична система жанрів руйнується та доповнюється. Яскравим прикладом цього є потяг журналістів до написання аналітичних, а іноді й художньо-публіцистичних інтерв'ю. Журналістською практикою створюються нові типи інтерв'ю, наприклад, інтерв'ю-журналістське розслідування, інтерв'ю-нарис, інтерв'ю-портрет.

Теорія та методологія жанрів журналістики не відповідає її практичній частині. Сьогодні інтерв'ю ставить перед читачем певну проблему, характеризує особу співрозмовника, розслідує ситуації та порушує важливі питання. Все менше журналістів використовують цей жанр для подання матеріалу інформаційного характеру, у зв'язку з цим місце інтерв'ю в системі жанрів має бути переосмисленим. Цим і зумовлена **актуальність роботи**.

**Мета роботи** – визначити місце інтерв'ю у системі жанрів української журналістики.

Дослідженням жанрології та проблемам меж жанрових груп присвячені роботи В. Ворошилова, В. Здоровеги, М. Кіма, Л. Крайчика, М. Лукіної, І. Михайлина, О. Тертичного та ін.

Дослідники-журналістикознавці відносять жанр інтерв'ю до інформаційної, аналітичної і, навіть, художньо-публіцистичної групи жанрових різновидів і, залежно від інтерв'ю, подають різні визначення цього жанру. Інтерв'ю (з англ. interview-зустріч, бесіда) – жанр публіцистики, що становить собою розмову журналіста з політичним, суспільним чи іншим діячем з приводу актуальних питань [1]. Наведене визначення – яскравий приклад дискусійного питання віднесення інтерв'ю до інформаційного жанру.

Дослідниця М. Лукіна визначає інтерв’ю як міжособистісне вербальне спілкування для отримання інформації та створення нового знання з метою задоволення інформаційних потреб суспільства [3].

О. Тертичний зазначає, що у випадку, коли автор інтерв’ю ставить перед собою завдання лише повідомити аудиторії відомості, отримані від інтерв’юйованої особи, не намагаючись їх коментувати, можна говорити, що він створює інформаційний матеріал. Проте повною мірою інтерв’ю вийде інформаційним, якщо і у відповідях співрозмовника акцент буде зроблений на питаннях: що? де? коли? Якщо ж інтерв’юєр чи інтерв’юйований почнуть „розгортати” відповіді на питання: чому? яким чином? що це означає? тощо, то в результаті може з’явитися аналітичний матеріал. Метод інтерв’ю відноситься не до теоретичних, а до емпіричних. Саме тому, жанр інтерв’ю часто відносять до інформаційної групи, матеріали якої базуються саме на інформації, отриманій у результаті використання емпіричних методів дослідження [5].

На думку О. Тертичного, від змісту тексту інтерв’ю залежить, до якої групи жанрів віднести той чи інший конкретний матеріал цього жанру. Проте для аналітичного інтерв’ю характерним є більш широкий спектр питань, які спонукатимуть співрозмовника викладати власні знання, точку зору, виявивши таким чином причинно-наслідкові зв’язки події, що обговорюється, нададуть читачеві у кінцевому результаті певні оцінки, шляхи вирішення питання, прогнозують подальший розвиток події, а найголовніше – інтерв’юйований надасть журналістові чіткі та переконливі аргументи на користь викладеної позиції.

Дослідник І. Михайлин подає власну класифікацію жанрів журналістики та вказує на основні ознаки кожного жанру залежно від журналістського роду. Враховуючи відмінні риси кожної жанрової групи, визначеної І. Михайлиним, ми вважаємо, що жанр інтерв’ю можна віднести до кожної з них.

Першою єдністю є парадигма інформаційних жанрів до числа яких належать замітка, звіт, репортаж, інтерв'ю. Особливістю інформаційного журналістського роду є:

1) обрання за предмет новини, важливої суспільної події;

2) оперативне представлення її в достовірному повідомленні;

3) зредукованість коментарів, суб'єктивних оцінок, аналізу.

Жанр інтерв'ю дослідник визначає як жанр, що подає суспільно вагому новину у вигляді відповідей особи на запитання журналіста. А також звертає увагу, що сучасна журналістика все ширше використовує і жанр бесіди. Це такий різновид інтерв'ю, у якому журналіст не обмежується короткими запитаннями, а сперечається з співрозмовником, коментує його відповіді і висловлює свою оцінку події. Зазначимо, що суспільно важливу новину чи подію майже не можливо окреслити, використовуючи, канонічні інформаційні жанри.

І. Михайлин зазначає, що внутрішньожанрова типологія інтерв'ю ставала предметом вивчення науки про журналістику. Найбільше відповідає парадигмі інформаційних явищ інтерв'ю-повідомлення. Однак у жанровому різновиді інтерв'ю-міркуванні до інформаційних завдань додаються аналітичні,

викладається не лише подія, але й роздуми особи з її приводу, вивчається за допомогою співрозмовника певна проблема. Таким чином, цей тип інтерв'ю переступає межу аналітичних жанрів. Якщо ж ми врахуємо, що багато інтерв'ю мають на меті розкрити людину як особистість, створити її професійний портрет, висвітлити аспекти приватного життя, то зрозуміємо, що на цей жанр можуть покладатися й художньо-публіцистичні завдання. Можна прогнозувати, що з часом інтерв'ю все більше виявлятиме свою синтетичну природу, а його типологія включатиме в себе інформаційний, проблемний та портретний його жанрові різновиди [4].

Друга жанрова група за класифікацією І. Михайлина – аналітичний журналістський рід. До його числа належать кореспонденція, стаття, рецензія і огляд. Родовими ознаками аналітичних жанрів є:

1) встановлення журналістом однотипності фактів і явищ і об'єднання їх в логічний ряд;

2) узагальнення їх, зіставлення з іншими, встановлення зв'язку між ними;

3) оцінка ситуації і явища;

4) постановка проблеми і виявлення всіх її аспектів;

5) висловлення пропозицій про своє бачення розв'язання проблеми.

На нашу думку, сучасні інтерв’ю у періодичних виданнях часто подають читачеві певну оцінку ситуації та явищ, а також ставлять на меті виявлення аспектів певної проблеми. Журналіст обирає для інтерв’ю компетентного співрозмовника, якому ставить гострі питання, а інтерв’юйований, як правило, висловлює власне бачення проблеми та пропозиції щодо її розв’язання. Роль автора у даному випадку полягає перш за все у тому, що журналіст за допомогою питань направляє бесіду у потрібне для виконання завдання інтерв’ю русло, обирає напрямок аналізу. Тож, беручи за основу характеристику аналітичного журналістського роду І. Михайлина, можна визначити наявні для жанру інтерв’ю ознаки, як аналітичного жанру.

Третя жанрова група - публіцистичний журналістський рід. До нього належать такі жанри, як замальовка, нарис, есе, фейлетон, памфлет.

Родовими ознаками публіцистичних жанрів є:

1) вихід на перший план вражень автора від розглянутих фактів, його оцінки їх;

2) домінантне значення суб'єктивних міркувань, авторської думки;

3) організаційна роль образного ряду, у якому пріоритетне значення набуває образ автора-публіциста, поданий з ліричною прямолінійністю як "я";

4) проведення певної філософської (ідеологічної, моральної) концепції, яка має самодостатнє значення і використовує різні типи аргументів, включно з фактичними.

Залежно від завдання журналіста та мети створення ним інтерв’ю можна виділити у деяких матеріалах цього жанру риси художньої публіцистики. Наприклад, інтерв’ю-нарис про особу або гостре, критичне інтерв’ю, для якого можуть бути характерними ознаки фейлетону чи памфлету.

М. Кім виділяє наступні різновиди інтерв’ю: подієве, проблемне (аналітичне), портретне, інтерв’ю-діалог та монолог [2]. Тож, ще один

дослідник розробив класифікацію різних типів інтерв'ю, за якою цей жанр можна відносити до усіх існуючих груп жанрів.

Жанр інтерв'ю у сучасній пресі рідко коли можна визначити, як класичний інформаційний. Безперечно, журналіст зустрічається із співрозмовником задля отримання певної інформації, проте найчастіше інтерв'ю викликає актуальна подія чи проблема, тому без її аналізу в тексті інтерв'ю не обійтися. Деякі журналісти створюють інтерв'ю, які за змістом та манерою подачі можна віднести до художньо-публіцистичних жанрів. Практичні надбання журналістики мають знайти відображення і в теорії цієї науки. Адже на сьогодні прикладна журналістика якісно різниться від теоретичної.

Література

1. Ворошилов В. Журналистика / В.Ворошилов. – СПб. : Издательство Михайлова В. А., 2002. – 656 с.
2. Ким М. Жанры современной журналистики / М. Ким. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2004. – 355 с.
3. Лукина М. Технология интервью : Учебное пособие для вузов / Лукина М. - М. : Аспект Пресс, 2005. – 192 с.
4. Михайлин І. Основи журналістики : Підручник / І.Михайлин. – К. : ЦУЛ, 2002. – 284 с.
5. Тертычный А. Жанры периодической печати : Учебное пособие / А. Тертычный. — М.: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.

**Силюк Аліна**
аспірантка, Класичний приватний університет
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Пенчук І.Л.

## ВЕБ-СТОРІНКА ЯК СКЛАДОВА У ФОРМУВАННІ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ РАДІОСТАНЦІЇ

Суспільство XXI століття − суспільство новітніх технологій. У формуванні комунікативної політики сучасних інформаційних структур активно використовується досягнення технічних здобутків. Сьогодні в іміджеформуючій роботі сучасних радіостанцій простежується тенденція входження в теле-комунікаційний простір Інтернету.

Інтернет як засіб комунікації, відрізняється від інших засобів масової комунікації інтерактивною природою, високою гнучкістю, масштабованістю, відкритістю інформаційних ресурсів. Всесвітня мережа, як інформаційне середовище, надає можливість не тільки позиціонувати себе на державному ринку, а й з легкістю виходити на міжнародний рівень.

Формування позитивного іміджу радіостанції у мережі здіснюється в першу чергу за допомогою офіційного web-сайту. Створення сайту − це просування іміджоформуючої інформації на більш високий функціональний рівень із залученням уваги до наявної інтелектуальної продукції та послуги, що надається радіостанцією.

Розробка концепції і дизайну сайту − складна робота, що передбачає аналіз існуючих сайтів і тематичних публікацій з даної проблеми. Якісний, індивідуальний, професійно розроблений сайт - це сукупність графіки, кольору, форми, оформлення в поєднанні з оперативністю і повнотою наданої інформації. Сайт формує позитивне уявлення про радіостанцію не тільки у слухачів, але й у співробітників, відвідувачів сайтів, що не є потенційними слухачами.

Неординарність її дизайну виділяє сайт з ряду подібних. Таким чином дизайн і стиль сайту, співвідношення розмірів шрифтів і основного тексту, а також кількість графіки, грамотний спосіб подачі матеріалу − такі складові є запорукою у забезпечені сприятливого враження про радіостанцію її працівників.

Іміджеформуючі функції радіостанції виконуються, у більшості випадків за допомогою корпоративного представництва (сайти радіостанцій «Люкс ФМ», «Європа +», «Хіт ФМ» ) та інформаційного сайту (сайти радіостанції «Великий луг», «Запорізької обласної телерадіостанції» та радіостанції спортивного спрямування «Динамо»).

Імідж сучасної радіокомпаніїї безпосередньо залежить від якості сайту. Станція, сайт якої розміщений на безкоштовному хостингу, не викликає довіри. Звичайно, краще зробити веб-сторінку з флеш-анімацією або великий портал. Проте для початку можна створити невеликий сайт з інформацією про радіостанцію, її формат, контактну інформацію та комерційні пропозиції.

Важливим інструментом створення іміджу радіостанції є рекламні кампанії, проведені із залученням корпоративного сайту. Можна займатися інтернет-рекламою, а можна, наприклад, влаштовувати різні маркетингові акції на зразок розиграшу призів, і всю інформацію про це розміщувати на веб-сторінці.

Таким чином головна функція сайту радіостанції у рамках цього дослідження − це надання іміджеформуючої інформації про радіостанції. За допомогою сайту радіокомпанії дізнається більша кількість потенційних слухачів. Інформація в Інтернет передається швидко, великими обсягами тому деякі станції, що не витримали конкуренції ведуть своє мовлення лише у Всесвітній мережі. Власний сайт − це дійсно вдалий спосіб заяви про себе. Реклама на сайті здатна замінити такі засоби, як: плакати, листівки, публікації періодичної преси, статті, оголошення, рекламу на телебаченні, зовнішню рекламу. Таким чином, корпоративний сайт - сучасний «двигун торгівлі» та потужний фактор іміджеформуючої політика радіостанції.

Важливим чинником, що впливає на формування іміджу радіостанції за допомогою веб – сторінки є той факт, що сайт надає можливість для спілкування зі слухачами на сторінках веб-сайту, де розповідається про програми, прямі ефіри, гостів та друзів радіостанцій, є можливість викладення та скачування музичного та інформаційного контенту. Радіостанції, орієнтовані на споживачів та їх потреби, проводять дорогі маркетингові дослідження та опитування для визначення стратегії розвитку. А за допомогою сайту можна отримати відгуки споживачів про інформаційний продукт.

Отже, веб-сторінка є однією з частин іміджоформуючої політики радіостанції, що відіграє чималу роль у розвитку її комунікативної політики. Основними видами сайтів радіостанцій, що представлені в Україні є: корпоративні представництва (сайти радіостанцій «Люкс ФМ», «Європа +», «Хіт ФМ» ) та інформаційні сайти (сайти радіостанції «Великий луг», «Запорізької обласної телерадіостанції» та радіостанції спортивного спрямування «Динамо»).

**Сіріньок-Долгарьова Катерина**
к.н.соц.ком., асистент кафедри журналістської творчості, реклами і зв'язків із громадськістю

## РИЗИКИ І ЗАГРОЗИ СВІТОВИХ ОН-ЛАЙН НОВИН У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Незалежно від ставлення до неї, глобалізація посилює роль транснаціональних взаємодій у світі, розширює масштаби комунікації. Комфорт, пов'язаний із цими процесами, дав можливість ототожнити їх із чимось позитивним. Проте за останнє десятиріччя у зв'язку з наростаючими кризовими явищами в економіках світу стає дедалі очевиднішим, що глобалізація і супроводжуюча її віртуалізація життя несе в собі низку небезпек. Такі тенденції змушують до глибокого аналізу ситуації з інтернет-новинами, які на разі є основним джерелом отримання оперативної інформації у світі. Визначення ризиків та загроз, пов'язаних із он-лайн-новинами світу, і є *метою цієї статті*.

Для реалізації поставленої мети у рамках нашого дослідження було проведено опитування активної аудиторії он-лайн-новин найрейтинговішої соціальної спільноти світу Facebook, що з липня 2010 нараховує більше 500 млн. користувачів, з яких 224 млн. (48,1%) англомовні.

За результатами нашого опитування аудиторія он-лайн-медіа ставиться до них доволі серйозно. На запитання «Чи погоджуєтеся Ви, що он-лайн-новини допомагають Вам у щоденному житті?» дві третини респондентів дали схвальну відповідь: 44% – «погоджуюсь» і 23% – «повністю погоджуюсь». При цьому три чверті усіх опитаних звертаються до перегляду он-лайн-новин від одного до декількох разів на добу: 48% – один раз на добу; 30% – декілька разів на добу, 3% – декілька разів на годину. Це ще раз свідчить про популярність мережевих медіа, а отже, про важливість подання ними якісної інформації (тобто такої, що відповідає професійним журналістським стандартам збалансованості, об'єктивності, різноманітності, незаангажованості та ін.).

Однак, ситуація зі змістом он-лайн-новин ускладнюється тим, що ресурси інтернету становлять гігантський масив погано структурованої інформації. Лавинність і хаотичність розміщення новинних повідомлень призводить до того, що пошук необхідних даних породжує проблеми, пов'язані з *інформаційним перенасиченням*. Наприклад, поповнення новинної стрічки новими повідомленнями на сайті австралійського видання The Australian відбувається в середньому 6-7 разів на годину, тобто за добу споживач отримує

до 150-170 одиниць новин, що підтверджує думку про лавинність інтернет-інформації. За результатами міжнародних досліджень, комфортним для людини темпом читання є 200-250 слів на хвилину [5], отже, на опрацювання новин лише одного веб-сайту, що містить 170 повідомлень розміром 200-300 слів, людина має витратити близько 4-5 годин безперервного читання, а це до п'яти разів більше норми. Наприклад, відповідно до українських «Державних санітарних правил і норм роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин» безпечним для здоров'я дорослої людини є максимум 1-2 години безперервної роботи за комп'ютером [1]. Ріст доступу до технологій і перманентна диверсифікація комунікаційних каналів, послуг і змісту, які спостерігаються в останнє десятиліття, призводять до певних парадоксальних висновків. Голландський учений Я. ван Куйленбург, говорячи про медіарізноманітність (англ. media diversity), підкреслював, що ми нині спостерігаємо певну експоненціальну диверсифікацію, яку можна охарактеризувати як формулу трьох «С»: Diversification = Content * Carriers * Channels (зміст, постачальник, канал). Різноманітність змісту і каналів порушує питання про доступність інформації. З'являються нові й нові форми дефіциту. «Ми тонемо в інформації, але відчуваємо голод у знаннях» [4, с. 79].

Такий інформаційний парадокс супроводжується перевантаженням інформацією, у зв'язку з чим виникає *дефіцит уваги*. Розмаїття інтернет-сайтів, величезна кількість супутникових і кабельних телеканалів загалом не дають людині зосередитися на чомусь конкретному. Назріла потреба в *інформаційному відборі* (англ. informational selectivity) і навіть у деяких випадках – у повній *відмові від споживання інформації* (англ. informational abstinence). Проте дефіцит уваги з'являється не лише через перенасичення (часто незатребуваною у житті) інформацією. Він виникає через відсутність навиків традиційного читання. Інформаційний парадокс полягає ще й у тому, що при наявності величезного масиву інформації (у друкованому, аудіовізуальному, електронному вигляді), люди відвикають читати (все частіше споживачі воліють отримувати новини у вигляді фотоілюстрацій, як, наприклад, фото-новини на сайті британського Times Online, чи у формі коротких анонсів з фотозображеннями, як подає індійськиій сервіс Times of India in 2 minutes), що у свою чергу призводить до «*дефіциту знань»* [2, с. 93]. Наступає дефіцит знань у суспільстві знань.

*Таблиця 1*

***Топові фід-бек-засоби роботи з он-лайн-новинами***

| *Рей-тинг* | *Варіант відповіді* | *Кількість відповідей* | *%* |
|---|---|---|---|
| 1. | Розсилання новин через соціальні мережі (Facebook, Twitter тощо) | 54 | 26 |
| 2. | Надсилання новин друзям електронною поштою | 50 | 25 |
| 3. | Коментування / обговорення новин | 44 | 22 |
| 4. | Відвідування блогів на новинному сайті | 28 | 14 |
| 5. | Оцінювання новинних повідомлень | 15 | 7 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 6. | Завантаження власних новин (ресурси iReport (CNN), Have Your Say (BBC) тощо). | 6 | 3 |

Виходом із такої ситуації є, перш за все, надання аудиторії широких можливостей селективності і фільтрування інформації. Це можливо, насамперед, через використання веб-ресурсами засобів громадянської журналістики, інтерактивного зворотного зв'язку за допомогою фід-бекових інструментів. Так, відповідно до результатів нашого дослідження, більше половини опитаних не просто пасивно сприймають он-лайн-новини, а й активно долучаються до їх обговорення і навіть створення. 43% респондентів іноді користуються інструментами зворотного зв'язку, а 17% зазвичай ними послуговуються. Найпопулярніші серед таких засобів роботи аудиторії з новинами представлені вище у табл. 1.

Однак, читацька *інтерактивність породжує низку загроз якості новинного контенту*. Зокрема, досить доречно до таких ризиків, як правового, так і неправового характеру, український дослідник О. Хоменок відносить:

1) односторонність позиції автора, що, не будучи професійним журналістом, може мати власні мотиви розміщення тієї чи іншої інформації, або не мати доступу до альтернативних думок;

2) ворожа мова, образливі висловлювання, троллінг (навмисне розпалювання конфлікту);

3) спам і флуд (від англ. «повінь», «потоп») – марнослів'я, повідомлення в інтернет-форумах і чатах, яке здебільшого займає великі площі і не несе жодної нової чи корисної інформації; будь-яке повідомлення, яке не стосується теми форуму (офтопік. – К. С.-Д.), розміщення реклами, непотрібної інформації, що не має відношення до предмета обговорення;

4) розголошення персональних даних і втручання в особисте життя, наприклад, ідентифікація жертв злочинів;

5) плагіат – розміщення інформації іншого автора без посилання на джерело;

6) неправдиве авторство, розміщення інформації від імені іншої людини;

7) спланована брехня чи неправдива сенсація [3, с. 535].

*Варіантами знешкодження цих ризиків є такі:*

- по-перше, встановлення конкретних превентивних заходів до недобросовісного читацького контенту (введення обов'язкової реєстрації на сайті, вироблення конкретних правил реєстрації і т.д.);

- по-друге, фільтрування інформації (встановлення фільтрів, чутливих до заборонених слів, блокування розміщення гіперпосилань в коментарях до новин; хоч часто це є неефективним, оскільки недобросовісні користувачі, ставлячи крапки чи пробіли в словах, обходять такі фільтри);

- по-третє, введення відеокоментування за допомогою веб-камер, що дозволяє ідентифікувати автора коментаря, а отже, уникнути проблем, пов'язаних з анонімністю повідомлень;

- по-четверте, можливість поскаржитися на непристойний коментар – при цьому після п'яти скарг із різних IP-адрес інформація надходить до адміністратора сайту, який вирішує, блокувати його, чи ні;

- по-п’яте, можливість закриття для коментування і обговорення певних тем, таких, як новини про злочини з неповнолітніми, зґвалтування тощо, а також закриття чи блокування конкретних користувачів, що розміщують невідповідний контент;

- по-шосте, саморегулювання коментарів – можливість оцінювання не лише новин, а й коментарів до них [3, с. 535].

Крім того, ефективними засобами заохочення якісного контенту, на наш погляд, є, по-перше, введення правового регулювання кібер-відносин, наприклад, розроблення адміністративних превентивних заходів профілактики порушення правил роботи на інформаційних сайтах; по-друге, заохочення активних добросовісних громадянських журналістів шляхом надання їм прерогативи у введені власних блогів на сайті, першочергової можливості коментування і обговорення новин.

Таким чином, проаналізувавши глобальний новинний дискурс на предмет впливу на нього ефектів глобалізації, зауважимо, що вихід із ситуації, що склалася, вбачаємо, перш за все, у саморегулюванні новинних медіа за допомогою професійних норм, а також у наданні аудиторії широких можливостей селективності і фільтрування інформації. Це можливо передовсім через використання веб-ресурсами засобів громадянської журналістики, інтерактивного зворотного зв’язку за допомогою фід-бек-інструментів. Ефективне експлуатування новітніх і традиційних стандартів журналістики сприятиме створенню якісного мас-медійного контенту.

Література

1. Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин ДСанПІН 3.3.2.007-98. – [Чинний від 1998-12-10]. – К. : Міністерство охорони здоров’я України, 1998 [Електронний ресурс] // Нормативно-директивні документи МОЗ України : [сайт]. – Режим доступу : http://mozdocs.kiev.ua/view.php?id=2445.

2. Павликова М. М. Парадоксы информационного общества / М. М. Павликова // К мобильному обществу: утопии и реальность / [под ред. Я. Н. Засурского]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2009. – (21 век: Информация и общество). – С. 90-98.

3. Хоменок О. Интерактивность пользователей новых медиа: возможности и угрозы / Олег Хоменок // Світові стандарти сучасної журналістики : [зб. наукових праць] / відп. ред. Т. Г. Бондаренко, С. М. Квіт / МОН України, Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького, Інститут Медіа Права, Могилянська школа журналістики НАУКМА. – Черкаси : Видав. Чабаненко Ю., 2010. – С. 532-536.

4. Cuilenburg J. New Perspective on Media Diversity. Toward a Critical-Rational Approach to Media Performance / J. Cuilenburg // Changing Media and Communications: Concepts, Technologies and Ethics in Global and National Perspectives / [ed. by Y. N. Zassoursky and Elena Vartanova]. – Moscow : Faculty of Journalism Lomonosov Moscow State University ; Publisher ICAR, 1998. – P. 79-80.

5. Latest News in Just 2 Minutes [Electronic resource] // The Times of India. – Regime of access : http://timesofindia.indiatimes.com/toi2minutes.cms (29.04.2010).

**Скліфос Каріна**
студентка 6 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Плеханова Т.М.

## ТЕОРЕТИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ ПОНЯТТЯ «ФОРМАТ» У МЕДІА-ПРОСТОРІ

Десять років тому поняття формат прорвалося в активний ужиток і, як наслідок, потрапило в фокус інтересів дослідників засобів масової інформації. Занадто довго до того в масовій мовній свідомості відбувалося розмивання основних соціальних і професійних орієнтирів. І поняття формат стало природною реакцією пошуку нової системи професійних координат. Наприкінці 90-их років термін «формат» зафіксував спрямованість професійної свідомості насамперед до впорядкованості. У цьому слові побачили відсутню визначеність, якою можна в якійсь мірі компенсувати розмиті поняття «тип», «жанр» і «стиль».

Для початку розглянемо історію та етимологію слова. Латинською формат – це «вид, зовнішнє оформлення». В поліграфію термін увійшов в XVIII столітті в значенні «розмір друкованого видання, розмір аркуша». Слово «формат» вживалося як термін, також до нього прикріплені ще й номенклатурні поліграфічні найменування, що позначають конкретні розміри видань, скажімо формат А 4, формат А 3, формат А 2. Мова йде вже не просто про зовнішній вигляд, розмір, а про стандарти в поліграфічній промисловості [1].

У словнику журналістикознавця Ю. Бідзілі «формат» перекладається з французької як вигляд, зовнішність. На телебаченні він означає чіткі вимоги до створення та демонстрації теле- радіопродукту відповідно до жанрових, тематичних особливостей, цільової аудиторії, концепції, та редакційної політики [6].

Проте, більшість працівників телебачення вважають, що формат мовлення описує жанровий зміст, напрям і стиль подачі матеріалу в ефір телечи радіостанцій. Він часто визначає маркетингову спрямованість. Такі формати, як «музичний телеканал», «інформаційний телеканал», «розважальний телеканал» мають на увазі головний жанр такого телебачення, де кожен окремий формат може підрозділятися на інші.

Всесвітня електронна енциклопедія визначає формат телепрограми (TV Program format) як ліцензію на використання імені, виробництво і мовлення вже готової версії іноземного продукту. Формати телепрограм – основний товар на міжнародному телевізійному ринку. Найбільші телекомпанії створюють нові формати, купують популярні [2].

Спеціалізація за форматами почалася в США на початку 1950 років на радіо. Спочатку радіопрограми робилися за принципом «коктейлю» («що-небудь/все для кожного»), щоб будь-який слухач міг знайти щось цікаве для себе. Але вже в середині 1960 років поява нових музичних стилів призвела до безлічі нових форматів, кожен з яких мав свою цільову аудиторію і призначення. З ростом конкуренції відбувалося подальше зростання

спеціалізації форматів. Оскільки фактор боротьби за аудиторію актуальний для всіх видів ЗМІ, можна припустити, що причини появи форматів в інших електронних, а також друкованих ЗМІ аналогічні [5].

Формат телеканалу встановлює: допустимі елементи всього контенту, з якого він складається; тривалість, ротація передач і загальний графік мовлення; ідентифікує логотип; джингли між блоками контенту. Формат вкрай рідко можна визначити поняттям жанр, тому що найчастіше телебачення складається з різнорідних медіа-продуктів (фільмів, новинних блоків, передач, реклами). Виняток зазвичай складають вузькоспеціалізовані канали такі як Спорт, Animal planet, Discovery Channel. Однак, навіть на цих каналах – не в прайм-тайм – виходять лише побічно або зовсім не пов'язані у заявленому жанрі передачі: на спортивних каналах можна побачити аматорські перегони на гігантських вантажівках, на Discovery Channel - передачу про тварин.

Більшість популярних шоу на телебаченні не є оригінальними, тобто не придумані з «нуля» вітчизняними продюсерами. Спочатку вони пройшли глядацьку оцінку за кордоном, де і були створені. У наш час набагато вигідніше використовувати вже перевірену ідею, яка пройшла випробування на інтерес в аудиторії. Тому сьогодні в сфері телебачення розвивається нова форма – телевізійний формат. Він є основою, серцем шоу, тому має на увазі під собою не тільки ідею, а й її виконання, технічні нюанси, візуалізацію, музику, ведучих, костюми, світлове та інше оформлення і тому подібне. Телевізійний формат об'єднує в собі безліч деталей, які складають певну систему. Тому захист одного елементу окремо, яким би важливим він не був, не дозволить захистити формат як цілісне системне явище.

Купувати формат вигідно. Це дає велике зниження витрат, зменшує ризики під час запуску нового для каналу проекту. В аудиторії створюється ілюзія, що вона дивиться успішний національний продукт. Мовник, купуючи готовий формат, впевнений, що його вже десь показували і там він дав непогані результати [7].

Формати друкованих ЗМІ обумовлюються предметно-тематичною спрямованістю, цільовим призначенням, охопленням, зовнішнім виглядом видання, його розмірами, обсягом, періодичністю виходів, допустимим контентом.

В аудіовізуальних ЗМІ послідовність елементів (блоків), що складають контент, а також їх тривалість, ротація, час виходу в ефір, обсяг, кількість і час виходів рекламних блоків визначає формат. Це також характерно і для друкованих ЗМІ: статті, рубрики, замітки, розділи, елементи (блоки), що складають контент, пишуться відповідно до певного жанру. Але їх кількість, послідовність, розташування матеріалів на смузі задає формат [3].

Отже, в цілому формат ЗМІ – це структура медіапродукту, сукупність параметрів елементів, що складають контент і визначають особливості його подачі [4].

Таким чином, в «поведінці» модного вкрай розпливчастого і невизначеного слова «формат» можна констатувати дві протилежні тенденції: перша – це можлива термінологізація одного зі значень, завдяки якій

задовольняється комунікативна потреба доповнити існуючі класифікації ЗМІ, і друга - це експансія модного слова в комунікації, яка доходила до повного знищення смислу терміна [5].

Література

1. Етимологічний словник російської мови [уклад. М. Фасмер]. – М., 1987. – Т. 4.
2. Капустина Н. Защита авторских прав на телевизионный формат [Электронный ресурс] / / torgmarka : [сайт] Надежда Капустина. – Режим доступа : http://torgmarka.ua/. – Загл. с экрана.
3. Клушина Н., Щепилова Г. Формат СМИ: определение термина [Электронный ресурс] / / mediascope : [сайт] Надежда Клушина, Галина Щепилова. – Режим доступа : http://www.mediascope.ru/node/416. – Загл. с экрана.
4. «Медиаскоп» [Электронный ресурс] / mediascope : [сайт]. – Режим доступа : http://www.mediascope.ru/node/416. – Загл. с экрана.
5. Николаева А. Смысловое поле понятия «формат» в массовой коммуникации [Электронный ресурс] / / mediascope : [сайт] Анастасия Николаева . – Режим доступа : http://www.mediascope.ru/node/416. – Загл. с экрана.
6. Словник журналіста. Терміни, мас-медіа, постаті [уклад. Ю. Бідзіль]. – Ужгород: ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. – 224.
7. Формат телепрограммы как рыночный товар / С. Степанян / / Журналистика и медиарынок. – 2006. – №4.

**Скорина Євгенія**
студентка магістратури факультету журналістики
Наук. кер.: доц. Романюк Н.І.

## СВОБОДА СЛОВА В ТЕЛЕПРОСТОРІ УКРАЇНИ: МОРАЛЬНО-ЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Свобода засобів масової інформації – це давня, навіть вічна тема, яка активно обговорюється в багатьох країнах світу. Свобода – це політичний кисень засобів масової інформації, без якого вони не можуть нормально існувати й належно виконувати свою громадську функцію. Щоправда, у теорії журналістики проблема повної свободи журналістів ще й досі є одним з найбільш дискусійних питань.

Досвід західних країн свідчить, що за допомогою вільних і мінімально заангажованих ЗМІ досягається відкритість як політичної системи, так і органів державної влади. Якщо в розвинених демократіях мас-медіа є повноцінним, рівноправним суб'єктом політики, то у перехідних суспільствах, на зразок українського, їх місце та роль змінюються відповідно до логіки політичних процесів.

Журналіст постійно вирішує проблему свободи своєї діяльності, коли створює програми, пише тексти, спираючись при цьому на свою соціальну позицію. Дослідник Е. Прохоров зазначає, що фундаментальною основою

свободи діяльності є можливість самостійно приймати рішення без зовнішнього впливу на особу [3, с. 114-125]. Г. Кузнецов підкреслює, що свобода журналістики в демократичному суспільстві – це свобода ставити питання, обговорювати найбільш гострі соціальні суперечності, критикувати дії уряду та інших державних або приватних установ, коли ці дії загрожують суспільним інтересам, а також ставлять під сумнів бездіяльність влади або її зловживання [2].Чітке визначення поняття «свобода слова» міститься в Законі України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні». Стаття 2 закріплює: «Свобода слова – право кожного громадянина вільно і незалежно шукати, одержувати, фіксувати, зберігати, використовувати та поширювати будь-яку відкриту за режимом доступу інформацію за допомогою друкованих засобів масової інформації».

Отже, свобода слова для журналіста є необхідною умовою його діяльності. Свобода ЗМІ – це правова, етична та політична цінність. У своїй професійній діяльності журналісти не повинні забувати, що основна мета свободи ЗМІ – створення передумов для формування освіченого й поінформованого суспільства, здатного самостійно оцінювати стан громади. Тому свобода слова журналіста – це політичне право, об'єктивно, вільно й безперешкодно збирати та поширювати достовірну інформацію через ЗМІ без цензурних обмежень з боку державних або регулюючих органів.

Науковець І. Михайлин виділяє два типи свободи: економічну та політичну [3, с. 99-102]. В Україні економічний тип свободи напряму пов'язаний із політичним. Політичні обмеження сьогодні диктує не тільки сама влада, але й олігархічні групи, які володіють телеканалами і, відповідно, які самі є представниками влади або мають на неї опосередкований вплив. У цих умовах соціальна відповідальність журналіста стирається, адже він перестає бути володарем своєї свободи. Працівник мас-медіа в Україні стає заручником політичного та економічного тиску, що є причиною його несвободи. Отже, виникає ситуація, в умовах якої політичні кола абсолютно контролюють ЗМІ, оскільки мають з цього фінансовий зиск.

**Політична (не)свобода.** За останні роки для керівництва ЗМІ була створена альтернативна легально-конституційна система правил і норм, якої додержувалися посадові особи різних рангів. Медіабізнес, як і будь-який інший бізнес в Україні, вимагає від його керівників особливої лояльності до влади. Володіти загальнонаціональними ЗМІ, зокрема телекомпаніями, в Україні мають змогу лише бізнес-угрупування, наближені до державної влади. За таких обставин найважливішою умовою діяльності засобів масової інформації є лояльність до влади, Президента, що на практиці означало виконання прямих вказівок щодо змісту інформаційних матеріалів. Свого апогею прямі вказівки досягли у 2001-2004 роках і тоді отримали назву «темників». Темниками називається закрита директива керівництву українських ЗМІ, яка містила детальні інструкції щодо того, яким чином треба висвітлювати в новинах політичні події в Україні [1, с. 11-19].

Залежність ЗМІ виявляється у фактично монопольному контролі інформаційного простору нашої держави з боку фінансово-політичних груп.

Оскільки політична несвобода українських телеканалів пов’язана з їх економічною залежністю, то політичний тип свободи ЗМІ апріорі включає в себе економічні інтереси. Саме фінансовий бік відіграє важливу роль у кінцевому програмному наповненні ефіру.

**Економічна (не)свобода.** Економічний чинник за відсутності ідеології чи не найголовніший козир влади в керуванні ЗМІ. Теоретично очевидно: щоб реалізувати свою соціально-творчу свободу, необхідно володіти чималими економічними можливостями для своєї організаційної діяльності. Для олігархів телеканал не є основним засобом прибутку. ЗМІ швидше виступає засобом формування політичного іміджу. Кожен із власників має свої впливи та амбіції, які займають дуже впливову фінансову нішу.

Держава відіграє важливу роль в економічному забезпеченні ЗМІ (і не тільки заснованих державними інститутами). Вона керується різними методами впливу на економічне становище медій: податкова політика (надання податкових пільг ЗМІ тими чи іншими шляхами); надання пільгових тарифів на покупку необхідних матеріалів, на послуги транспорту і зв'язку; розподіл державної реклами; використання інших важелів, що знаходяться в компетенції державних органів. Характер і міра економічної підтримки з боку влади визначається критерієм відповідності тих чи інших ЗМІ державним інтересам.

Отже, свобода слова журналістики напряму залежить від самого журналіста та його морально-етичної позиції. Працівник ЗМІ завжди має вибір: працювати «під власника \ владу» або шукати роботу на більш-менш незалежних телеканалах. Хоча, звісно, відсутність свободи слова сьогодні є хворобою майже всіх українських телеканалів. Зокрема, це стосується державного телебачення «Першого національного», а також комерційного телеканалу «Інтер». Кращою є ситуація на телеканалах «ICTV» та «5 канал». Аналізуючи рівень свободи слова в українському телепросторі, ми взяли до уваги головні суспільно-політичні ток-шоу країни: «Шустер LIVE», «Большая политика с Евгением Киселевым», «Свобода слова» з Андрієм Куликовим та «Республіка з Анною Безулик».

Яскраво виявляється політична заангажованість та свобода слова українських ефірів в грудневих програмах, коли відбулися вибори до Державної Думи Російської Федерації. Тут можна спостерігати за позицією кожного з телеканалів. У цей час українська влада, розуміючи наслідки виборчих перегонів сусідньої держави, намагається просунути в ефіри власні інтереси та повідомлення про стабільність і непорушність політичної системи України. Хвиля російських протестів стала для українського «кремля» на Банковій чудовою нагодою полякати своїх і чужих виборців можливими наслідками для України.

**«Шустер LIVE».** Ток-шоу на «Першому національному» від 09.12.2011 року поділялося за тематикою на дві частини: в першій частині (важливішій, на думку самого ведучого) обговорювалися вибори в Держдуму Російської Федерації, а в другій (менш важливій) – соціальні виплати українцям. Вважаємо, що друга тема ефіру мала б висвітлюватися на початку програми, адже вона стосується українців безпосередньо. Проте редактори програми

поставили її на другий план, відвівши на обговорення 1\3 всього ефіру. Перші 2\3 часу тривало детальне обговорення виборчого процесу в Росії, а протягом програми чітко звучала одна думка: і в Росії, і в Україні немає справжньої альтернативи владі. Тому протести пройдуть, а Путін у Росії (читаймо – і Янукович в Україні) залишаться ще надовго. Зокрема, таке повідомлення прозвучало від керівника «Інтерфаксу-Україна» Олександра Мартиненка. В подібному розподілі ефірного часу та репліках експертів вбачаємо маніпулювання громадською думкою і явну несвободу ток-шоу.

Якщо програма «Шустер LIVE» від 09.12.2011 року зачіпала актуальні соціальні проблеми для України, то в ефірі **«Большой политики с Евгением Киселевым»** наболілі теми українців не обговорювалися взагалі, ніби їх і немає. Головною темою ефіру стали вже згадувані вибори до Державної Думи Російської Федерації. І тільки наприкінці програми за круглим столом декілька представників владних кіл оговорили земельні питання України на рівні «Хто що вирощує в себе на городі і скільки має землі». У той час, коли в Україні чимало питань щодо нашої політичної ситуації, ведучий бере до огляду тему, яка є для нас швидше другорядною. Причому, напряму жодним чином не пов'язує обрану тему з політичною ситуацією в Україні. Протягом усього ефіру звучала думка, що протести в Росії ослаблять Путіна і дозволять Януковичу ефективніше захищати інтереси України. Це повідомлення прозвучало у викладі Інни Богословської. Це дає привід говорити про заангажованість ефірів програми «Большая политика с Евгением Киселевым» та їхню російську зорієнтованість.

Від аналізованих вище програм значно відрізняється ефір на телеканалі «ICTV» від 05.12.2011 року. Час програми **«Свобода слова»** також був присвячений темі виборів до Державної Думи Росії, щоправда відчувалася паралель, яку ведучий намагається провести до України. На самому початку ефіру Андрій Куликов поставив питання експертам у студії: «Чи є в Україні час на модернізацію своєї політичної системи? Чи політична система увімкнула режим самозбереження?». Ним, як здається, ведучий натякає глядачам на заангажованість політичної системи України і, як наслідок, можливі утиски свободи слова ефіру. А отже, програмний час Куликова, на відміну від його колег, взагалі не був присвячений оглядам мітингів на Болотній площі і проблемам партії «Єдина Росія». Він стосувався української нації, політики на пострадянському просторі, можливих політичних криз, прогнозів на майбутнє.

Цікавим є той факт, що у програмі **«Республіка з Анною Безулик»** на каналі «5 канал» узагалі не торкалися теми виборів у сусідній країні. Обидва ефіри за 01.12.2011 року та 08.12.2011 року присвячені соціальній тематиці: соціальним протестам, пенсійним реформам, економічним перспективам України. Це засвідчує незалежність програми від існуючої влади, оскільки її представникам не вдалося проштовхнути в ще одне суспільно-політичне ток-шоу країни свої вимоги. До речі, Анна Безулик часто звертається до теми соціальних протестів та зневіри українців у реформах влади. Програмне наповнення «Республіки з Анною Безулик» кардинально різниться від ефірів її колег. Жорстке модерування програми блокує звичні спроби політиків вийти

за рамки заявленої незручної теми та не дозволяє дискусії перетворитися на обмін демагогічними «заготовками». Можливо, саме тому політики з «першого ряду», особливо представники владного табору, є нечастими гостями в ефірі «Республіки».

Отже, свобода слова в українському телепросторі цілком залежить від того, що скаже власник каналу. Важливу роль при цьому відіграють морально-етичні погляди журналістів, оскільки саме вони ведуть ефіри. Працівники ЗМІ можуть повністю піддатися тиску, а можуть і натякнути глядачам на можливу за ангажованість ефіру.

Література

1. Бондар Ю. Свобода слова: українська мірка / Ю. Бондар. – К.: МАУП, 2004. – 144 с.
2. Кузнецов Г. Телевизионная журналистика [Електронний ресурс] / Г. Кузнецов, В. Цвик, А. Юровский. – Режим доступу : file : // localhost/D:/Книги/Учебники/тележурналистика/Телевизионная%20журналистика.%20Кузнецов%20Г.В,Цвиг%20В.Л/23-2.htm
3. Михайлин І. Основи журналістики / І. Михайлин. – К.: Центр учб. л-ри, 2011. – 494 с.
4. Прохоров Е. Введение в теорию журналистики: учебное пособие / Е. Прохоров. – М.: РИП-холдинг, 2000. – 308 с.

**Собур Анна**
студентка 6 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.пед.н., доц. Костюк В.В.

## ПУБЛІЦИСТИКА КЛАРИ ГУДЗИК: СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ АУДИТОРІЇ

В епоху глобалізації та новітніх технологій людство переживає якісні і кількісні зміни. Відбувається перерозподіл впливу на світових ринках, змінюються соціальні умови життя, у населення формуються нові ціннісні орієнтири. На зміну кращим зразкам культури приходить псевдокультура, яка за своєю суттю є споживацькою, спрямованою на задоволення та розваги. Значну роль у поширенні таких зразків культури відіграють ЗМІ. В інформаційному суспільстві, яке в Україні перебуває на стадії формування, роль засобів масової інформації постійно зростає. Мас-медіа, будучи соціальним інститутом, можуть впливати на масову свідомість.

Вплив ЗМІ на формування культури і мислення оцінюються по-різному, але визнається усіма дослідниками. Найбільш радикальна точка зору полягає в тому, що реальність, яку продукують мас-медіа, повністю підмінена і витіснила справжню реальність. Різноманітна інформація, яку продукують для сучасної людини ЗМІ, часто невпорядкована, позбавлена логічного зв’язку, фрагментована. Це визначає спосіб сприйняття світу аудиторією ЗМІ. Світогляд втрачає ознаку «цілісності» і перетворюється в хаос різних значень і образів. Сьогодні більшість інформації про світ людина отримує з мас-медіа, тому величезного значення набуває питання про те, що саме ЗМІ подадуть

аудиторії як «важливе» і «актуальне». Отож, засоби масової інформації не лише представляють інформацію, а й ранжують її [5, с. 304].

Роль масової комунікації у формуванні культури сучасного суспільства є похідною від трьох взаємозалежних компонентів. Засоби масової комунікації мають величезні можливості в поширенні класичної і сучасної культури. Трансляція естетичних цінностей мільйонним аудиторіям – одна із форм впливу ЗМК на сучасну культуру. Друга форма впливу – не репродуктивні, а власне творчі, продуктивні аспекти засобів масової комунікації. Третім, найважливішим моментом, що визначає вплив ЗМК на формування сучасної культури є те, що вони завдяки своїй технічній природі не лише забезпечують можливість масового охоплення розосередженої аудиторії, документальну фіксацію і демонстрацію матеріалу, але й посприяли появі нових естетичних якостей, що знайшли втілення в різних напрямках культурної діяльності [2, с. 139-140].

Л. Землянова зазначає, що останнім часом інформація перетворюється на товар і культурно-просвітницькі функції мас-медіа замінюються розважально-комерційними, які сприяють поширенню медіатизованої споживацької масової культури і її впливу на суспільне життя та духовні цінності [3, с. 84].

Засоби масової інформації фактично контролюють сучасне мистецтво і визначають «дух» всієї культури. З усього масиву вони відбирають те, що вважають за потрібне, знецінюючи і нехтуючи усім іншим, тим самим визначаючи напрям розвитку смаку, моди і популярності артистів, письменників, художників та ін. Те, що не потрапило до каналів ЗМІ, автоматично виключається із сфери великого мистецтва. Головним критерієм при виборі того чи іншого твору мистецтва стають не талант і творчий рівень, а матеріальна зацікавленість і особисті смаки. Саме цим можна пояснити примітивність і вульгарність зразків сучасної масової культури [6, с. 557].

Однак ЗМІ як соціальний інститут мають обов’язки перед суспільством і повинні підвищувати рівень аудиторії, бути еталоном, доносити до мас високу культуру в її найкращих проявах. Адже культура є запорукою сталого розвитку суспільства та існування сильної держави.

А. Інджиєв наголошує на ролі ЗМІ в перенесенні досягнень культури в особистий духовний світ кожної людини. Впливаючи через різноманітні канали на духовний світ особистості, ЗМІ орієнтують розвиток суспільства у напрямку його гармонізації, створення матеріальних та духовних умов, формування ідейно зрілої, морально розвиненої, духовно багатої особистості [4, с.106-108].

На нашу думку, усім зазначеним вище ознакам відповідають матеріали публіциста, журналістки газети «День» Клари Гудзик. Вона є справжнім прикладом для наслідування в українській журналістиці. «Клара Гудзик говорить з нашим читачем про цінності. Її матеріали – виклик відсталості, святенності… В Україні, давній цивілізації, але молодій новій державі, чимало проблем. Одна з них, яка ще дуже мало осмислена, – конфлікт між фундаменталізмом та модернізацією. Повернення нашої історії, включення української культури в широкий європейський контент – це та риса, яка зробила Клару Гудзик улюбленим автором не лише вітчизняних інтелектуалів»,

– так говорить про публіциста головний редактор газети «День» Лариса Івшина [1, с. 4].

Клара Гудзик – одна з небагатьох світських журналістів, що виявляла інтерес до релігійної тематики. Релігія і культура – поняття взаємозалежні і взаємопов'язані. Адже релігія – це фундаментальний елемент культури. Духовна культура будується на основі релігії. Тому питання релігії не можуть розглядатись поза культурою. В своїй публіцистиці вона розкриває питання міжконфесійних відносин, суспільної моралі, міжлюдських стосунків, гуманістичних цінностей та ін.

Її матеріали не несуть якогось моралізаторства, нав'язування, пафосу, патетики. Журналістка веде діалог з читачами, ділиться власними думками, влучно доповнюючи їх висловлюванням великих людей та цікавими фактами з їх життя. Такі включення вже самі по собі несуть культурно-просвітницьку функцію: «Давньогрецький філософ Платон стверджував: «у суспільстві дурнів (з «потішними» дипломами й ступенями) першим дурнем вважається мудрець філософ» [1, с. 119].

Поняття «культура» є багатозначним. У своїй публіцистиці Клара Гудзик підіймає проблеми культури в якнайширшому їх розумінні – мовні аспекти, екологічну, інтелектуальну, матеріальну та духовну, культуру поведінки, медіакультуру. Журналістка попереджує про руйнівну безжальну силу слова, застерігає від необдуманості його використання: «…зі словом треба обходитись не менш обережно, ніж із гострою шаблюкою чи атомною зброєю. Інакше високим буде рівень згубної словесної радіації навколо кожного з нас, згубної як для оточуючих, так я для самих промовців» [1, с. 134]. Саме в культурі мови, в добрих словах, у вмінні стримати себе авторка вбачає запоруку гарних людських стосунків.

Мовне безкультур'я є свідченням духовної деградації суспільства, а його причини криються в сучасному телебаченні, яке несе вульгарність, низький смак, культ насилля, жорстокість і нетерпимість: «Ще зовсім недавно телепередачі створювали люди освічені для людей простих – телебачення дбайливо формувало інтелігентність і смак широкого загалу. Не встигли ми озирнутись, як одним могутнім ривком ТБ скотилось до такої «якості», що широкий загал не знає, що й чинити, аби якось підняти його – ТБ – до свого рівня» [1, с. 106].

В повній мірі культуроформуюча функція реалізується в «портретних етюдах» видатних українських та світових історичних постатей. Розмаїття цікавих біографічних розповідей про справжніх геніїв, достойних представників своєї епохи не лише виконує культурно-просвітницьку функцію, а й подає читачам галерею прикладів для наслідування. Мелетій Смотрицький, Феофан Прокопович, Григорій Сковорода, Микола Гоголь, Дмитро Чижевський, Мустафа Кемаль – люди, які свого часу багато зробили для розвитку культури і суспільства, життя яких стало втіленням освіченості, інтелігентності, щедрості, терпимості. «У героях минулих епох особливо приваблює спорідненість їхніх думок, суджень, ідеалів із нашими – і це попри ту безодню, яка розділяє мешканців різного часу» [1, с. 229].

На формування екологічної культури людини, любові і поваги до природи спрямовані пейзажні замальовки («Хроніка весни», «Літня хроніка за Босхом», «Одного разу літнім ранком», «Перші миттєвості осені» та ін.), вміщені у розділі «Пори року» книги «Апокрифи Клари Гудзик». Описуючи красу природи, дрібниці, не помітні на перший погляд, звичайні речі – цвітіння дерев, літню спеку, копиці сіна, осіннє листя – автор закликає відкрити очі і, нарешті, не просто дивитись, а побачити красу нашого світу, з повагою ставитись до нього, відчути себе частиною природи, а не байдужими споживачами

Клара Гудзик написала чимало матеріалів, в яких описує свої враження від мандрівок світом. Саме вони дають читачам інформацію про інші країни, людей, звичаї, традиції, інші культури, міжкультурні особливості: «Австрійським службовцям зовсім не властивий звичний для нас лаконічний (читай солдафонський) стиль спілкування з клієнтами… Нашу людину там помітно вже за манерою говорити з незнайомими, за невмінням посміхнутися, за небажанням вибачатися, за якоюсь натуральною агресивністю» [1, с. 331]. Клара Гудзик описує побачені пам'ятки архітектури, твори мистецтв, тим самим долучаючи читача до світової культурної спадщини. Такі матеріали допомагають розширити уявлення про світ та своє місце в ньому («Ті самі чари старої Австрії», «Польські етюди», «Миттєвості мандрівки – українці в Іспанії» та ін.).

Визначальною рисою публіцистики Клари Гудзик, на нашу думку, є культурна спрямованість усіх творів, незалежно від тематики та змісту. Публіцистична спадщина журналістки присвячена вічним темам добра, милосердя, сповнена духовності й толерантності. Вона дає можливість аудиторії підвищувати свій культурний рівень, розвиватись, сприяє самовдосконаленню. Причина цьому – особистість публіциста. Клара Гудзик була надзвичайно освіченою, інтелігентною, глибоко ерудованою та високоморальною людиною, в основі світогляду якої, – християнські цінності, доброта, терпимість, патріотизм, національна свідомість, культура. Її публіцистика – найкраще відображення особистості журналістки.

ЗМІ на сьогодні є джерелом та основою формування культури, духовного світу людини. Саме від мас-медіа залежить, яким буде сучасне та майбутнє суспільство. Усвідомлення цієї надзвичайно важливої місії має бути визначальним в роботі кожного журналіста. Публіцистика Клари Гудзик доводить, що формувати культуру аудиторії можна не за рахунок моралізаторства, нав'язування, пропаганди, а завдяки гуманності, простоті, високій моральності, інтелігентності та інтелектуальному діалогу з аудиторією.

Література

1. Апокрифи Клари Гудзик / за заг. ред. Л. Івшиної. – К. : ЗАТ "Українська прес-група", 2005. – 448 с.
2. Бориснев С. В. Социология коммуникации / С. В. Бориснев. – М. : ЮНИТИ-Дана, 2003. – 270 с.

3. Землянова Л. М. Медиатизация культуры и компаративизм в современной коммуникативистике // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. – 2002. – № 5. – С. 83-97.
4. Инджиев А. А. Универсальный справочник начинающего журналиста / А.А. Инджиев. – Ростов н/Д. : Феникс, 2007. – 496 с.
5. Матецкая А. В. Социология культуры / А. В. Матецкая, С. И. Самыгин. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 318 с.
**6.** Поздняков Э. А. Философия культуры / Э. А. Поздняков. – М. : Интурреклама, 1999. – 576 с.

**Софронова Олександра**
магістр заочного відділення факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Чернявська Л.В.

## КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ ЯК ОДНА ІЗ СКЛАДОВИХ МЕДІАОСВІТИ

Медіаграмотність – це здатність аналізувати, просіювати повідомлення, застосовувати критичне мислення при споживанні інформації, що передається засобами масової комунікації.

Медіаграмотність дозволяє розуміти чинники та структурні елементи, що впливають на інформацію (власник, модель функціонування ЗМІ тощо).

Медіа представлені як четверта влада, котра може диктувати пріоритети (порядок денний) для аудиторії. Метою медіаосвіти є захист аудиторії від маніпуляційного впливу медіа, навчання орієнтації в медійному потоці. Вважається, що аудиторія в умовах надлишку інформації потребує орієнтир, має бути навчена сприймати та аналізувати інформацію, повинна мати уявлення про механізми та наслідки впливу медіа. Люди повинні вміти розпізнавати однобічну чи перекручену інформацію (особливо телевізійну, бо вважається, що та має найбільший вплив). Вони повинні знаходити різницю між загальновідомими фактами і такими, що потребують перевірки; визначати надійність джерела інформації; допустимі та недопустимі твердження; різницю між головною та другорядною інформацією; ангажованість суджень; недоведені аргументи; логічну несумісність тощо. Тобто у реціпієнта виробляється імунітет до бездоказовості, замовчування, брехні. Метою є людина, підготовлена до сприйняттю інформації мас-медіа, здатна повноцінно зрозуміти та проаналізувати її, протистояти маніпуляційним впливам [1].

Директор медіаосвітнього центру CLEMI Ж. Гоне вважав, що головне – допомогти учням стати вільними, толерантними громадянами демократичного суспільства, які мають автономне мислення [цит. за: 1, с. 10].

Завдання медіаосвіти полягають у тому, щоб навчити молоду людину грамотно «читати» медіатекст; розвинути здібності до сприйняття та аргументованої оцінки медіаінформації, самостійності суджень, критичного мислення, прищепити естетичний смак; допомогти інтегрувати знання та вміння, отриманні на різних заняттях, при сприйнятті, аналізі інформації, творчій діяльності; виявити і сформувати через медіадіяльність та медіаактивність особистості її соціальну та громадянську відповідальність. До

загальних завдань медіаосвіти додаються завдання, що стоять перед самими медіа, із залучення аудиторії, підвищення її медіаграмотності та створення сприятливого медіасередовища. Взагалі, медіаосвіта у ціннісній системі координат представляється як інститут громадянського виховання. Її предметом є взаємодія людини з медіа, система знань та вмінь, необхідних людині для повноцінного сприйняття та аналізу медіатекстів, для соціокультурного розвитку творчої особистості. Виділяється також поняття медіаграмотності, під яким І. Жилавська розуміє вміння аналізувати та синтезувати медійну реальність, вміння «читати» медіатекст, здатність використовувати медійну техніку, знання основ медіакультури, тобто результат медіаосвіти [2].

Як бачимо, з останнього визначення випало головне: критичне сприйняття інформації, здатність протистояти маніпуляційним впливам.

До числа базових цілей медіаосвіти входять: розвиток комунікативних здібностей людей; формування критичного мислення; навчання сприймати інформацію, перекодувати візуальний образ у вербальну знакову систему; оцінювання якості інформації, вироблення вмінь вибирати при «споживанні» інформації з мас-медіа; підвищення загальнокультурного рівня особистості [1].

Медіаграмотність – це рівень медіакультури, який стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують. Метою медіаосвіти є формування медіакультури особистості в середовищі значущих для неї спільнот (малих груп, родин, навчальних і виробничих колективів, місцевих громад тощо). Її головними завданнями є сприяння формуванню: медіаімунітету особистості, який робить її здатною протистояти агресивному медіасередовищу, забезпечує психологічне благополуччя при споживанні медіапродукції, що передбачає медіаобізнаність, уміння обирати потрібну інформацію, оминати інформаційне «сміття», захищатися від потенційно шкідливої інформації з урахуванням прямих і прихованих впливів; рефлексії та критичного мислення як психологічних механізмів медіаграмотності, які забезпечують свідоме споживання медіапродукції на основі ефективного орієнтування в медіапросторі та осмислення власних медіапотреб, адекватного та різнобічного оцінювання змісту і форми інформації, її повноцінного і критичного тлумачення з урахуванням особливостей сприймання мови різних медіа; здатності до медіатворчості для компетентного і здорового самовираження особистості та реалізації її життєвих завдань, покращення якості міжособової комунікації та приязності соціального середовища, мережі стосунків і якості життя в значущих для особистості спільнотах; спеціалізованих аспектів медіакультури: візуальної медіакультури (сприймання кіно, телебачення), музичної медіакультури, розвинених естетичних смаків щодо форм мистецтва, опосередкованих мас-медіа, та сучасних напрямів медіаарту тощо.

О. Федоров вважав, що медіаграмотність допомагає реціпієнтам спілкуватися з медіа під критичним кутом зору, з розумінням значущості медіа в їхньому житті. Медіаграмотна людина має бути здатна критично та усвідомлено оцінювати медіатексти, підтримувати критичну дистанцію відносно популярної культури та чинити супротив маніпуляціям [5].

Важливим завданням є формування критичного ставлення до мас-медіа, руйнація уявлень про популярну культуру як про виключно розважальну [1].

Розвиток критичного мислення є невід'ємною частиною сучасної людини у інформаційно-комунікативному світі. Сприймання та аналіз медіапродукту необхідне для громадського виховання та відповідальності, соціокультурного та естетичного розвитку особистості.

Література

1. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л. – К.: АУП, ЦВП, 2011. – 58 с.
2. Жилавская И. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. – 322 с.
3. Новикова А. Медиаобразование в англоязычных странах // Педагогика. – 2001. – № 5. – С. 87-91.
4. Федоров А. Медиаобразование в зарубежных странах. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2003. – 238 с.
5. Федоров А. Медиаобразование: история, теория и методика. — Ростов: ЦВВР, 2001. — 708 с.
6.

**Спиця Ірина**
студентка 4 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: доц. Костюк В.В.

## ІНФОТЕЙМЕНТ ЯК НОВИЙ ФОРМАТ ПОДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ

Сучасний глядач активно використовує телебачення з двох причин – заради потреби в інформації і потреби в розвазі. Негайно відповідаючи на такі потреби телебачення, працює в режимі «інфотеймент» [4]. Інфотеймент – (від англ. information і entertainment) – розвага інформуванням, «інформуючи, - розважай». Слідуючи цьому способу подачі матеріалу, журналіст знаходить і приводить в матеріалах на будь-які, в першу чергу, «серйозні» теми, - цікаві деталі й сюжети. [8] Так, телебачення, особливо комерційне придумано для розваги масс[5]. Можна вже говорити про те, що новинні програми транслюються з якоюсь часткою спрощеності і розважальності, для того, щоб бути доступнішими громадянам. Проте мало хто замислюється, що це всього лише комерційний хід продюсерів та інших діячів телеефіру [4]. Інфотеймент– це форма, а не зміст. Тому і зусилля його дизайнерів спрямовані повністю на структуру, композицію, архітектуру: ідеї все більшої привабливості змісту, ідеї включення все більш цікавих персон як осіб телепередач. Але зміст теж не залишається без косметичного втручання. За встановленими методам нового синтетичного жанру «інфотеймент», питання «хто, де, коли і чому» вже поза колом інтересів, невиграшних і тому не ставляться. Продюсери в США

переконують своїх журналістів, що важливо як, а не що розповідається з екранів [12]. Розважальне телебачення має практично безмежні можливості маніпулювання масовою свідомістю. Будучи одним з головних засобів масової інформації телебачення має величезний вплив на розвиток масової свідомості глядачів та на всю соціальну сферу, воно у даний час контролює всю культуру, пропускаючи її через свої фільтри і певним чином поляризуючи [4]. Тому на сьогодні погляди науковців та експертів з інфотейменту не збігаються і мають протилежний характер. Перша – це точка зору дослідників (Н.Постмана, Д.Б.Дондурея) і практиків старшого покоління (В.В.Познера, Е.М.Сагалаева), які заперечують подачу інформації в розважальному ключі. Подібний погляд на проблему мотивується тим, що телебачення, пропонуючи глядачам замість єдиного новинного блоку ланцюг подій без контексту, зв'язку, цінності, наділених легкою, цікавою формою, нівелює значимість, і, що важливіше, серйозність новин, які транслюються Протилежна точка зору – це точка зору, перш за все, сучасних практиків телебачення, таких як Л.Г.Парфьонов , С.В.Євдокімов, А.Е.Роднянскій На їхню думку, слова «новини» і «розвага» не є взаємовиключними, новина може бути розважальною тоді і тільки тоді, коли вона цікава людині [1]. І. Золотаревський взагалі вважає інфотеймет вершиною майстерності телевізійного журналіста: «Для того щоб за інфотейментом не втратити інформацію або навпаки, потрібно володіти дуже високим рівнем професіоналізму. Це важко. Я вважаю, що інфотеймент не можна проводити у форматі щоденних новин. Інфотеймент апріорі вимагає набагато більших людських і технічних ресурсів. Ви не можете це робити в щоденних новинах, ви можете це робити в щотижневій програмі, наприклад».[2]. Створення шоу в форматі «інфотеймент» стало новим трендом сезону. А значить, глядач виявляє до інфотейменту живий інтерес.[3]. Цей жанр широко використовується у всьому світі, перевірений десятками років[9].

«Розважайлівка» набирає обертів у новинних і аналітичних програмах. Безсумнівно, у цього процесу достатньо велика кількість позитивних сторін: демонстративна робота «на глядача», орієнтація телебачення на передачу інформації в якомога більш цікавому вигляді, можливість відпрацювати нові форми телевізійних програм, багаторазово збільшений дохід від програм, «можливість говорити, використовуючи інструменти впливу на найширшу аудиторію телебачення і кінематографа, вміння розмовляти з багатомільйонною аудиторією на важливі теми»[6], вміння формувати світоглядні цінності і системи уявлень через зрозумілі і з задоволенням сприймаються образи і т.д. Однак при всіх плюсах згаданого вище процесу, існують аспекти, які змушують ставитися до нього, як мінімум, неоднозначно: розвага, перш за все, побудоване на емоціях, а те, що сприйнято емоційно, не тільки не привертає увагу людини до проблем, що висвітлюються але й, навпаки , відволікає від них. Розвага не може не вступати в протиріччя з буденністю – щоб затвердити себе в якості нової телевізійної реальності, використовуються всі форми епатажу, від словесного до візуального, аудиторія спочатку сприймається спрощено, глядач наділяється достатньо низьким культурним рівнем. Це, в свою чергу, спонукає журналістів в новинних передачах вдаватися до постійного використання

гумору, кліпової манери подачі інформації, спрощення мови, обігравання стереотипів, використання простих, часом примітивних, символів, образів, звернення до простих емоцій і фізіологічних потреб [1]. Але усі ці тенденції не можна вважати надбанням XXI століття. У 40-і років XX століття, задовго до настання «століття інформації», П. Лазарсфельд і Р. Мертон запропонували розглядати проблему впливу комунікації на масові смаки, оскільки більша частина радіопрограм, кінофільмів, журналів і значна частина змісту книг і газет присвячені «розвагам».

Соціолог Н. Постмен зазначив очевидне розмивання меж між серйозним громадським дискурсом та розвагою [11]. Автори Лібертаріанської теорії та концепції соціальної відповідальності в числі інших завдань преси вказали «надання розваги» [ 13]

Але все ж таки у процесі соціалізації сучасний глядач повинен чітко уявляти, що навколишній світ більше, ширше, різноманітніше і багатше, ніж те уявлення, яке про нього дає телебачення[4].

Починаючи з 60-х років XX століття, розважальні телепрограми стали поступово використовувати метод персоніфікації, що згодом став для них обов'язковим. Суть даного методу полягає в тому, що в кадр вводиться ведучий – людина, що стала для аудиторії центром, основою і уособленням передачі. Сьогодні особистість ведучого стає невід'ємною частиною програми настільки, що від нього залежать рейтинги проектів, а для глядачів ведучий – символ передачі[1]. Особливим тут постає образ диктора. Диктори стали іменуватися – ведучими теленовин. Але головна сутність професії телеведучого, залишилась не змінною [7]. «Він тримається вільно, але не розв’язний. Упевнений у собі, але не самовпевнений. Голос і погляд – інструменти, на яких він майстерно грає». Він виконує не лише інформаційну функцію, але й інтегративну – поєднує, консолідує аудиторію. Ведучий – завжди уособлення спокою й стабільності. Складне завдання – давати глядачам упевненість у тім, що вони одержують саме об’єктивну, саме правдиву, саме свіжу та необхідну інформацію [10]. Згідно з впровадженими законами інформаційної журналістики, телеведучий – це не лише людина, що «відображає події дня». Разом із новинами ми одержуємо якесь психологічне підживлення або навпроти, відчуваємо його відсутність. У ранкових випусках перші новини часто є повторенням з вечірніх випусків, тому таке повторення новин має проходити по-іншому - вибірково, творчо, з вживанням привабливих зображень, графік і спеціальних ефектів. Змішання документального з ігровим стає нормою такого медійного жанру як інфотеймент. Пропонуються як мінімум чотири тактики, пов'язані з фігурою провідного журналіста, що передає інформацію в стилі «інфотеймент»:

1) з харизмою «людини – магніту» або «людини - кішки»;

2) вживання ведучого як інтерв'ює «вживу»;

3) показ не редагованого, «сирого» інтерв'ю;

4) перехресний діалог між ведучим і знаходяться в студії або поза її репортерами, а також з редактором і операторами за кадром [12].

Ведучий насамперед, постає перед глядачем людиною свого кола, тобто виразником довіри: «один із нас».

Література

1. Акинфиев С. Жанровая структура российского развлекательного телевидения [Электронный ресурс]// Медиаскоп: [сайт]/ Акинфиев С.; московский государственный университет – режим доступа: http://www.mediascope.ru/node/250 - заглавие с экрана.
2. Данькова Н. Игорь Золотаревский: Инфотейнмент – это вершина мастерства телевизионного журналиста [Электронный ресурс] // Телекритика: [сайт]/ Данькова Н.. – Режим доступа: http://www.telekritika.ua/lyudi/2011-06-10/63537.
3. Инфотеймент – новый «антикризисный» формат телевидения [Электронный ресурс ]// Свободная пресса. – 2009. – Режим доступа: http://svpressa.ru/culture/article/15474/ - назва з екрану.
4. Камардина Е. Развлекательное телевидение как фактор формирования ценностных ориентаций молодёжи [Электронный ресурс]// Институт молодежной политики и социальной работы: [сайт]/ Камардина Е.; иркутский государственный университет путей сообщения. – Режим доступа: http://impisr.edunsk.ru/index.php?title.
5. Кокотюха А. Чому українське телебачення пропонує мало розваг? [Электронний ресурс]// Телекритика: [сайт]/ Кокотюха А. – Режим доступа: http://www.telekritika.ua/kokotuha/2011-12-19/68160.
6. Крупський І. Електронні мас-медіа України від тоталітарного до пострадянського суспільства: хто і як формував інформаційний простір держави // Телевізйна і радіожурналістика. Збірник науково – методичних праць. – 2005. – Вип. 6. – С. 139 – 151.
7. Кузнецов Г. Телевизионная журналистика: критерии профессионализма/ Кузнецов Г. – М.: РИП – холдинг,2002.
8. Лозовский Б. Н. Журналистика: краткий словарь / Б. Н. Лозовский. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2004. – 116 с.
9. Лунченко О. Ди-джей с имиджем интеллигента[Электронний ресурс]// День: [сайт]/ Лунченко О. – Режим доступа: http://www.day.kiev.ua/24389/.
10. Муратов С. Телевизионное общение в кадре и за кадром: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика»/ Муратов С. – М.: Аспект Пресс, 2003.
11. Назаров М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – 2002. – Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/text/19185832/.
12. Стойков Л. Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу [Электронный ресурс]// Научно-культурологический журнал: [сайт] / Стойков Л. – Режим доступа до журн.: http://www.relga.ru/Environ/wa/Main?textid=1729&level1=main&level2=articles
13. Федотова Н. Рекреативная функция СМИ: динамика развития и способы реализации [Электронный ресурс] // Научные исследования: [сайт] / Федотова Н.; белорусский государственный университет. – Режим доступа: http://msu-research08.ru/index.php/zhurnalistika/74-sociology/1109-recreatsmi.

**Татарченко Аліна**
студентка магістратури факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Горбенко І.Ф.

## ЕТИЧНА КУЛЬТУРА ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТА

**Актуальність теми.** Проблема етико-правового регулювання журналістської діяльності є злободенною практичною потребою ЗМІ та суспільства. Принципові зміни в організації діяльності редакційних колективів, пов'язані з ринковими умовами, потребують від журналістів дотримання високих професійних етичних норм. Кожний працівник ЗМІ повинен вміти робити моральний вибір у нестандартних ситуаціях, самостійно з'ясовувати: де добро, а де зло, що корисне, а що шкідливе. Нова роль, функції, стан, вплив засобів масової інформації зумовлюють актуальність дослідження.

*Об'єктом* наукової роботи – професійна етика журналіста.

*Предмет* даного дослідження – особливості етичної професійної діяльності журналіста.

**Методологічну і теоретичну основу роботи** складають праці, В. Ворошилова, О. Кузнєцової, Г. Лазутіної, Е. Прохорова, І. Чемерис, Н. Лігачової, А. Москаленка, К. Маркелова.

Результативність журналістики залежить від виконання правових і етичних норм. Основою функціонування засобів масової інформації у правовій державі є свобода інформації, яка повинна базуватися на етичних та правових засадах.

Дослідниця О. Кузнєцова подає таке визначення журналістської етики – «це наука про професійні етичні закономірності, особливості, цінності та норми журналіста, етикетні вимоги під час трудової діяльності та в неформальних умовах збору інформації» [3, с. 32].

При формуванні етичної системи проявляється інтерес до загального – етичні категорії та поняття, до особливого – моральний досвід та до конкретного – прикладне втілення на практиці. В процесі накопичення моральних знань можна виділити:

- професійну етику працівників ЗМІ – етичні знання про, те якими моральними якостями повинен володіти журналіст;
- корпоративна етика – забезпечення незалежності редакцій та удосконалення власної практики та ділової культури;
- загальна інформаційна етика – вимоги до всіх видів інформаційного виробництва, додаток етичних і моральних понять до інформаційно-комунікативних ситуацій [6, с. 46-49].

Західні фахівці розглядають журналістську етику скоріше як явище, що існує на практиці, тому в широкому розумінні етика мас-медіа є центральною сполучною ланкою між обмежувальною природою інформації (неминуче препарування правди при передачі інформації), характером журналістської професії, суспільною довірою до ЗМІ та їхньою відповідальністю перед громадськістю. Дослідник Р. Блюм вважає, що «етика засобів масової інформації – це нормативна система журналістського самоконтролю»

[1, с. 82-87]. А науковець Й. Мюллер виходячи з цього зазначає «етика не може підтримувати демократичний лад суспільства, виходячи лише з буквального тлумачення конституції і законів» [5, с. 77-82]. Враховуючи думки зарубіжних вчених можна зробити висновок, що специфіка об'єкта праці журналіста передбачає високу відповідальність перед громадськістю за свою діяльність, тому мораль є додатковим регулятором їхньої поведінки. Тоді мета професійної журналістської етики за В. Малаховим це – формування високої моральної свідомості і поведінки журналіста як комплекс освоєних ним професійних етичних цінностей, норм і правил поводження, що він втілює у роботі» [4, с. 34].

Журналістикознавець Є. Федоренко у професійній етиці виділяє два рівні: теоретичний і нормативний. «Теоретичний рівень розглядає сутність, специфіку професійної моралі, її місце і роль в житті суспільства, сучасний стан і тенденції розвитку. Нормативний сконцентровує увагу на вивченні й обґрунтуванні практичних рекомендацій, конкретних моральних норм» [7, с. 10]. Але завдання професійної етики полягає не в створенні норм, а в сприянні і впровадженні її у всі сфери діяльності та встановленні меж між дозволеним і недозволеним.

Сьогодні українські журналісти намагаються вирішити етичні проблеми журналістики – проблеми від яких залежить подальший розвиток демократії в державі та суспільства в цілому. Тому кожен працівник мас-медіа повинен зрозуміти для себе, які етичні цінності превалюють у його житті.

Етичні цінності – найвищий рівень узагальнення етичних вимог до журналістів, а етичні норми – узагальнені правила поведінки. Оскільки журналіст постійно перебуває в ціннісно-оцінних відношеннях до предмета пізнання й відтворення на всіх етапах творчості він повинен пам'ятати, що в основі цих відносин лежать ціннісні принципи, які зафіксовані в міжнародних документах з питань журналістської етики.

Виходячи з гуманістичної, демократичної концепції журналістики дослідниця О. Кузнєцова створила ієрархію журналістських етичних вимог:

- «етичні цінності (правдивість, об'єктивність, чесність, соціальна відповідальність, порядність) –допомагають працівникам ЗМІ зайняти певну позицію, висловити думку, дати оцінку;
- етичні норми журналіста;
- службові етичні обов'язки – посилання на ім'я автора при використанні його матеріалу, погодження правки з автором матеріалу, публікування спростування; і заборони – розголошення редакційної таємниці, за авторство, плагіат, викривлення фактів і оцінок під час редагування;
- етикетні правила поведінки – словесно сформульовані заклики чи заборони, своєрідні поради і повчання, що часом у деталях описують систему вчинків і дій у певній професійні ситуації» [3, с. 82].

Професійну діяльність журналіста зумовлює його система духовних орієнтацій, яка виражається у політичних поглядах, дотриманні норм етики, професійних та соціальних характеристиках, що формуються під час самовиховання, самоосвіти та повсякденної практики.

Журналістика, як і будь-яка система в суспільстві, повинна одночасно керуватися зовні і самокеруватися зсередини з метою безперебійного і успішного функціонування. Етичні норми є основою діяльності мас-медіа, оскільки шляхом поширення інформації ЗМІ прямо чи опосередковано беруть участь у вихованні та формуванні соціальних установок та норм поведінки громадськості.

Література

1. Блюм Р. Етика засобів масової інформації: проблематика та практика / Р. Блюм // Сучасне та майбутнє в плюралістичному суспільстві. –К. : Центр вільної преси, 1999. – С. 82-87.
2. Криворучко К. Професійна етика / К. Криворучко. – К. : Либідь, 2003. – 20 с.
3. Кузнецова О. Журналістська етика та етикет: основи теорії, методики, дослідження трансформації незалежних видань України, регулювання моральних порушень / О. Кузнецова. – Львів : Світ, 1998. – 412 с.
4. Малахов В. Етика: курс лекцій / В. Малахов. – К. : Либідь, 2000. – 120 с.
5. Мюллер Й. Що таке етика масмедіа? / Й. Мюллер // Сучасне та майбутнє в плюралістичному суспільстві. – К. : Центр вільної преси, 1999. – С. 72-82.
6. Письменная Е. Информационнаяэтика и прагматика деловых СМИ России / Е. Письменная // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2004. – №1. – С. 46-49.
7. Приступенко Т. Свобода слова та журналістська етика в Україні / Т. Приступенко. – К. : Либідь, 2008. – 290 с.

**Терещенко Мар'яна**
студентка 4 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Іванюха Т.В.

## ДУХОВНО-ІДЕОЛОГІЧНА ФУНКЦІЯ ПРЕСИ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «ЗАПОРОЗЬКА СІЧ»)

Поняття ідеології та духовності належать сьогодні до найбільш розбіжно трактованих у журналістикознавстві. Загальновідомо, що до розпаду Радянського Союзу журналісти орієнтувалися на ленінські настанови, тож після зміни державного устрою у свідомості журналістів та аудиторії сформувалися стійкі стереотипи стосовно поняття ідеології. Мало хто акцентує увагу на тому, що радянська журналістика опікувалася не лише посиленням впливу політичної системи через ЗМІ, але й духовним розвитком громадян. Так, вже у 1983 р. Г.Дрюпін виділяє виховну функцію і функцію перерозподілу духовних цінностей [4, с. 268], а створені у 70-80-х рр. праці науковців, які розглядають явище ідеології, тісно пов'язані із поняттям духовності [1; 5; 8].

Як вважає І.Михайлин, думка журналістів про можливість деідеологізації сучасного інформаційного простору є ілюзорною – масово-інформаційна діяльність за своєю природою перманентно містить певну ідеологічну орієнтацію, незалежно від соціально-економічного ладу, за якого створений твір журналіста [7, с. 347]. Більш жорстко про відсутність ідеології моралі та

деструктивний вплив ЗМІ пише В.Березин, який відверто заявляє, що телебачення та преса <…> все частіше зводяться до однієї ролі – компенсаторської, експлуатуючої переважно біологічні інстинкти та потреби масової людини. В.Березин, порушуючи питання моральної комунікації, спирається на погляди філософа М.Мамардшвілі, який вважав основою естетики мислення добро та істину. Як пише науковець, добро в мисленні, у спів-мисленні, чим в ідеалі повинна бути масова комунікація - особливе мистецтво. Причому моральні основи повинні знаходитись саме у площині цінностей людського життя [3, с. 82]. Саме тому сьогодні поняття ідеології в журналістиці не повинно ігноруватися, натомість воно вимагає переосмислення у відповідностями із запитами сьогодення.

Є.Ахмадулін розкриває поняття ідеологічних функцій як такі, що є системоформуючими факторами суспільних інтересів, що, в свою чергу, відіграє роль у побудові інститутів громадського суспільства. Ідеологічні функції (від грец. idea – думка, поняття та logos – слово, вчення, тобто вчення про ідеї) сприяють формуванню уявлень, розумінь, пріоритетів, оцінок людей по відношенню до явищ дійсності: політичних, економічних, правових, моральних, естетичних, філософських, релігійних/ атеїстичних, а також певних особистісних, групових інтересів у різноманітних сферах життєдіяльності. Дослідник зауважує, що зараз сам термін «ідеологія» та його сутність часто критикуються або навіть заперечується. Однак ідеологію заперечувати неправомірно – через те, що багатоманітні стосунки людини із дійсністю висувають необхідність формулювати програми, норми, які пов’язані із ідеями, закріплені у слові. До того ж газети, журнали, телебачення, радіо активно беруть участь у формуванні світоглядних орієнтирів: життєвих (побутових), в яких відображуються уявлення здорового глузду; традиційних поглядів на світ та людину; релігійного світогляду, що пов’язаний із визнанням надприродного світового начала; філософського, де поєднується досвід духовного та практичного осягнення світу [2, с. 221-222].

Про велике коло аспектів, що вміщує ідеологія в ЗМІ, говорить і С.Корконосенко. Цей науковець створив власну концепцію функцій та соціальних ролей журналістики. Так, С.Корконосенко визначає поняття духовно-ідеологічної ролі. На думку вченого, ця роль є неоднозначною: з одного боку, через пресу висловлюються різноманітні думки та ідеї – різних соціальних груп, партій, організацій, що може створювати дискусійні та суперечливі ситуації в соціумі. А з іншого боку – саме преса може стати майданчиком для вирішення конфліктів та взаєморозуміння людей. Науковець також дотримується такої позиції, що ідея чистої, інформаційної журналістики є утопічною, тому що це є намаганням журналістів *зняти із себе відповідальність за той ефект, який справляють публікації та медіа дискурси (курсив наш – М.Т.)* [6, с. 171-172].

Для того, щоб брати на себе відповідальність за написане, журналіст повинен знати та розуміти природу етики, віддавати перевагу вищим моральним цінностям – позитивним властивостям, еталонам, які орієнтують журналіста у повсякденній діяльності в оцінці подій, людей, явищ [9, с. 57].

Так, О.Кузнецова визначає як етичні (моральні) цінності у мас-медіа категорії загальнолюдські (людина, світ, мир, життя, злагода, справедливість, доброчинність); національні (нація, культура, політика, держава); етнічні (етнос, етнічна культура, історія етносу); професійні журналістські (свобода слова, правдивість, чесність, справедливість, відповідальність, солідарність, неупередженість, порядність) та індивідуальні (самовдосконалення, самовідданість, шляхетність, відвага, співчуття, доброта, совість, пошана, щирість, любов до ближнього). Т.Приступенко зауважує, що у перехідний до демократії період саме моральність журналіста є засобом утвердження гуманістичних засад у соціальну дійсність [9, с. 57-58]. Це ще раз підтверджує важливість розгляду духовно-ідеологічної ролі преси як такої, що покликана відповідати за впровадження та реалізацію усіх вищеперерахованих категорій.

Яке бачимо, мораль та духовно-ідеологічна роль (функція) стосується широкого кола понять, тож може виконуватися через матеріали будь-яких жанрів. Навіть констатація факту в газеті за принципом «news, not views» скеровує думки аудиторії саме у такому, а не іншому руслі, адже із сотні подій журналіст у будь-якому разі обирає десяток, залишаючи поза увагою те, що, на його думку, не є важливим. Що й говорити про відсутність певної ідеології в аналітичних та художньо-публіцистичних жанрах, де розмаїття засобів вираження думки та широке поле для творчості буквально унеможливлює безсторонність у поданні журналістами матеріалів.

Серед нашої регіональної преси газета «Запорозька Січ» (об'єктом дослідження виступили випуски з вересня 2011 р. по березень 2012 р.) є однією з небагатьох, хто реалізовує вищеперераховані категорії, виконуючи тим самим духовно-ідеологічну функцію. Так, особливо помітними у ній є національні цінності патріотизму, що простежується у різножанрових публікаціях, які, зокрема, висвітлюють теми:

- державної символіки: «Першому гербу міста — 200 років» (№174, с. 5), "Тризуб сягає сивої-пресивої давнини" (№32, с. 7);
- історії: «Петро Ребро: «Історія закохана в Запоріжжя»» (№189, с. 5); «Без історії немає майбутнього» (№215, с. 4)
- Другої світової війни – низки публікацій, які періодично з'являються на розгороті у номерах по вівторках та суботах під рубрикою «Выпуск городского совета ветеранов» (№168, № 225, №249, №17, №33);
- мовної культури: «Відроджувати мову треба на державному рівні» (№215, с.6), «Антисуржик. Шануймо рідну мову!» (№179, №23), "Не вмре і мова – гарна зроду" (№33, с. 3);
- громадського подвигу, праці: «На роботі та вдома – доброзичлива посмішка»; «Непрерывный трудовой стаж – 70 лет» (№22), "Достойно прожитые годы" (нарис про трудівницю – запорізьку вчительку Валентину Штепу, №33, с. 5).

Патріотичні мотиви також мають й матеріали про сучасні актуальні події: звіт «Мэр призвал горожан к активности» (№175-177, с. 2-3), анонс «Приходьте на виставку "Моя люба країна"» (№183), розширена замітка про запорізького довгожителя "Сто лет Григория Христиченко", проблемна стаття "У Запорожья

есть город-близнец, но нет музея казацкого флота" (№185-187), репортаж «Краски Запорожья "Барвистій Україні"», у якому минулий губернатор Борис Петров, зокрема, висловив думку про те, що «Запорожский регион – гордость страны, а задача власти – приумножать его богатство и силу» (№165-167, с. 11), «Подбаймо разом про рідне місто!» (№216, с. 4), «У Запоріжжі відзначили День соборності й Волі України» (№12, с. 1), "Запоріжжя надихає на творчість" (замітка про виставку спілки фотохудожників, №32), звіт "Зміни до Генплану суттєво допоможуть Запоріжжю розвиватись, в особливості інвестиційно" (№32, с.4), а також: «Запалимо свічку пам'яті» (№229, с. 1), «Молодь вшанувала пам'ять загиблих від СНІДу» (№234, с. 1), «Блеск и нищета Александровска» (№236-238, с. 12-13), «Загадкова країна Україна» (№250, с. 8).

Звісно, духовно-ідеологічна функція простежується й у публікаціях на релігійну тематику: «В гостях у правящего архиерея», «Своя дорога к Храму» (№211-213, с.6), «Патриарх освятил запорожский храм» (також там, с. 12-13), "В православный кабинет психологической помощи приходят даже атеисты" (№235), «Христос рождается! Славим его!» (№249, с.6), «Новый храм в Энергодаре» (№1-3, с.24), «У Запоріжжі відкрито центральну синагогу» (№7, с.1), «Крещение Господне: торжество и радость» (№9-11, с.1), «В Запорожье прибыли мощи Иоанна Павла II» (№24-26, с. 3), «У дитячій обласній лікарні освячено молитовну кімнату» (№32, с. 4). Іноді релігійна тема поєднується із благодійністю: «Святий Миколай подарував гостинці тисячі дітей» (№245, с. 1), "Дано старт благодійному проекту Запорізької єпархії" (№27, с. 6).

Окрему ланку в редакційні політиці газети «Запорозька Січ» становлять екологічні проблеми. Такі матеріали на шпальтах видання з'являються досить часто – як інформаційні, так і аналітичні, що мають гостросоціальний, злободенний тон, закликають до конкретних дій з боку влади або громадян, наводять аргументи та контраргументи, пропонують певні шляхи вирішення проблеми, досліджуючи її у повному обсязі. Періодично у номерах газети з'являється рубрика "Запоріжжя екологічне" (№229, №245, №13), яка виділяється яскравою шапкою із зображенням квітки та надписом особливого шрифту (це однозначно посилює сприйняття матеріалів), а публікації під нею зазвичай можуть розміщуватися на кількох шпальтах: "Екологічний фонд Запоріжжя збільшиться майже вдвічі" (№32, с. 3), "На озеленення міста – 2,5 мільйона", "Питання чистої води для Запоріжжя залишається відкритим" (№37, с. 3-6). Друкуються часто й матеріали, не прив'язані саме до цієї рубрики, але також такі, що порушують екологічні теми: «Листья жечь – здоровье и деньги не беречь» (№226-228, с. 11), «У навчальних закладах проводять "Уроки чистоты"» (№23, с. 2), "Шины – те же мины" (№24-26). Такі публікації, на нашу думку, можна віднести до екологічно-патріотичної тематики, адже ставлення людини до навколишнього середовища тісно пов'язане із ставленням до моральних категорій.

Як бачимо, втілення духовно-ідеологічної функції сьогодні може бути дуже різноплановим, а головне – реальним.

Література

1. Авраамов Д.С. С нравственных позиций : анализ газетной практики / Д.С.Авраамов. – М. : Мысль, 1981. – 158 с.
2. Ахмадулин Е.В. Основы теории журналистики : учебное пособие для вузов / Е.В.Ахмадулин. – М.; Ростов н/Д : МартТ, 2008. – 320 с.
3. Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации / В.М.Березин. – М.: Изд-во Российского ун-та дружбы народов, 2002. – 183 с.
4. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации : ученик / В.В.Ворошилов. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 496 с.
5. Журналистика и идеология [Текст] : [Учеб.пособие / Т.А.Беневоленская, Л.И.Калашникова, В.С.Кожемяко и др.]; под ред. В.В.Ученовой. – М. : Изд-во МГУ, 1985. – 184 с.
6. Корконосенко С.Г. Основы журналистики : учебник для вузов / С.Г.Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 287 с.
7. Гетьманець М.Ф., Михайлин І.Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – 384 с.
8. Першке Г. Журналистика как отрасль духовного производства. Основные понятия теории журналистики / Г.Першке. – М., 1993. – 83 с.
9. Приступенко Т.О. Теорія журналістики. Етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації [Текст] : навч.посібник / Т.О. Приступенко. – К. : Знання, 2011. – 352 с.

**Ткачук Роксолана**
студентка 3 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: ст. викладач Микитів Г.В.

## КОЛІР ЯК ЗАСІБ ОРІЄНТВАННЯ В РУБРИКАХ РЕКЛАМНОГО ЖУРНАЛУ «QP!»

Від змісту ілюстративного матеріалу, кольорів, загального творчого стилю розпізнавальних знаків багато в чому залежить ефективність впливу друкованої реклами. Колір у рекламі набуває особливого значення завдяки своїй здатності впливати на настрій споживачів. Він оживляє, дратує, спонукає до співпереживання, викликає асоціації з пропонованим образом, сприймається простіше та діє опосередковано.

Дієвість зорової реклами в пресі може бути посилена поєднанням кольорів. Найчастіше комбінують 2-3 кольори, оскільки, кольорове повідомлення на 50% ефективніше, ніж чорно-біле. Проте найбільша ефективність досягається правильним поєднанням рекламних форм, текстових та ілюстративних матеріалів.

Поєднання текстової та ілюстративної інформації впливає на формування цінностей, світогляду, ідей, поглядів і вибору продукту споживачем [1].

Вербальна інформація журналу «QP!» дуже важлива, оскільки рекламне видання на 70% складається з ілюстрацій. Фотознімки-ілюстрації включаються як компонент у текстові виступи та служать додатковим зображувальним засобом. На відміну від газет і книг, у яких переважає текст, а картинки, фотографії, карикатури є тільки ілюстрацією до тексту, у журналі «QP!» візуальний і вербальний компоненти співіснують як рівні частини цілого.

Кожен художник повинен знати та враховувати деякі спостереження ілюстрування, що включає психологію колірного сприйняття: **червоний**, **жовтий**, **оранжевий** кольори візуально наближають предмет, збільшуючи його обсяг і немов «підігріваючи» його. **Блакитний**, **синій**, **фіолетовий**, **чорний** візуально віддаляють об'єкт, зменшують і «прохолоджують» його. Тому, вибираючи той або той колір для ілюстративного наповнення журналу, варто оцінити його з погляду цих параметрів.

Усі кольори поділяють на **«теплі»**: ***червоний***, ***рожевий***, ***жовтий***, ***оранжевий***, ***коричневий*** і **«холодні»**: ***зелений***, ***блакитний***, ***синій***, ***фіолетовий***.

Загалом на вибір кольорів у рекламі, крім його самостійного значення, впливають такі **фактори**:

• образ, який необхідно створити;

• особливості об'єкта реклами;

• характер графічної та композиційної побудови;

• психологічні характеристики цільової аудиторії споживачів [2].

У рекламному журналі «QP!» варіюються усі кольори та відтінки, тому використання «теплих» і «холодних» кольорів – є майже однаковим.

**Теплі кольори** звичайно використовують для визначення «ефекту тепла» (каміни, обігрівачі, побутова техніка (хлібопіч), теплий одяг, літній відпочинок).

***Червоний*** наближається за ступенем популярності до блакитного, але більш продуктивний. Це найгарячіший колір, що має найвищу здатність «виклику до дії», саме тому в журналі «QP!», у рубриці «МЕБЛІ», як приклад застосовують інтер’єри в червоних відтінках. Проте за таких обставин цей колір здатен викликати неврівноваженість або тривогу, хоча у змалюванні ресторанного інтер’єру він успішно використовується, оскільки стимулює апетит. Червоний колір часто використовують у рекламі тютюнових виробів та освіжаючих напоїв, оскільки він стимулює до дії. У журналі «QP!» у рубриці «МЕБЛІ» як приклад змальовують інтер’єри в червоних відтінках, проте за таких обставин цей колір здатен викликати в людини неврівноваженість або тривогу.

***Рожевий*** – ніжний колір. У рекламі дитячих товарів цей колір є найголовнішим, саме тому в рубриці «ДІТИ» для рекламування магазину дитячого одягу «СЛОНЁНОК» вся продукція зображена на ніжно-рожевому фоні. У багатьох країнах рожевий колір асоціюється з жіночністю, тому логічно, що він широко використовується в рекламі для жінок. У рубриці «КРАСА» в рекламі аксесуарів для жінок переважає саме цей колір.

***Оранжевий*** «найїстівніший» колір, особливо у відтінках, близьких до брунатного. Він нагадує про осінь та смачні продукти, саме тому на обкладинці одного з випусків журналу «QP!» зображений яскраво-помаранчевий апельсин, й ужито слово «фреш». Як відомо, помаранчевий – колір свіжості, він активізує до дій, забезпечує оптимістичний настрій. Здавна вважали, що він викликає приплив життєвих сил і творчого натхнення. Цей колір більш за всі викликає апетит, тому в рубриці «ТЕХНО» при рекламуванні хлібопічки всі випечені товари представлені у відтінках оранжевого.

***Жовтий*** дуже яскравий, особливо в поєднанні з чорним. Але часто використовується у плакатах з техніки безпеки, тому треба до цього кольорового сполучення ставитись обережно. Жовтий колір зберігається в пам'яті довше, ніж будь-який інший. Жовті тони викликають настрій емансипації, у ньому присутнє сильне для людини значення достатку і променистого щастя, тому в журналі «QP!» його застосовують для реклами ювелірних виробів і туристичних фірм. Цей колір здатен зробити зображення інтелектуальним, високотехнічним, тому і знайшов своє місце у рекламній сфері інформаційних технологій.

***Брунатний*** (коричневий) традиційно «чоловічий» колір, асоціюється з землею, лісами, теплом і комфортом, надійністю. Може допомагати продажу будь-якого товару, навіть косметики. З продуктів нагадує каву, какао, шоколад. У рубриці «МЕБЛІ» в журналі «QP!», на сторінці переважають відтінки коричневого, оскільки цей колір найкраще підходить до такої реклами, підкреслюючи надійність і зручність товару. Коричневий також допустимий у рекламі товарів для чоловіків, тому що є популярним серед кольорової гами чоловічого одягу, та налаштовує на рішучість.

**Холодні кольори** використовуються для реклами холодильників, прохолодних напоїв.

***Зелений*** колір символізує здоров`я, бадьорість і свіжість, як правило, визначає овочі та фрукти. У журналі зелений колір найчастіше застосовується в рубриці «ВІДПОЧИНОК», оскільки уособлює в собі свіжість природи та природність, він заспокоює і навіть гіпнотизує. Зелений колір знімає емоційну напруженість, і змушує читача задуматись про емоційну розрядку від тяжких робочих буднів. Зелений колір найбільш доречний при просуванні медичних товарів і послуг, а також предметів гігієни, тому на сторінках «QP!» у рубриці «ЗДОРОВ'Я» можна зустріти рекламу «ГОРОДСКОЙ АПТЕКИ», виконану саме в цьому кольорі.

***Блакитний*** – небесний колір, що налаштовує на високі чисті і платонічні почуття. Він має стійкі асоціації з чистотою, особливо в поєднанні з білим. Ці кольори використовують для реклами миючих засобів.

Тому на сторінках та обкладинці журналу він гарно рекламує авіакомпанію ОАТ «МОТОР СІЧ», а також рубрику «ПОСЛУГИ» і всі вироби, які можна охрестити «повітряними», – наприклад, постільну білизну. Блакитний колір має розслаблюючу, заспокійливу дію та знімає тривожні передчуття.

***Синій*** – допомагає сконцентруватися на найнеобхіднішому: не розпорошуватися на дрібниці. Синя деталь у каталозі або рекламному проспекті відразу приверне до себе увагу і на відміну від червоного ніколи не викличе негативних емоцій. Він найспокійніший з усіх кольорів. Синій колір гарантовано викличе відчуття свіжості, прохолоди, прозорості, благородності. Так, у рубриці «КРАСА» увагу на себе звертає лід, зображений у відтінках синього, а в рубриці «У СВІТІ» увагу привертає яскраво синій фон зображення неба та океану.

***Фіолетовий*** колір може добре впоратися з тими завданнями, де необхідно підкреслити несподіванку, якийсь своєрідний аспект, примхливість. У рубриці «КОЛІР» переважають відтінки фіолетового. Він є звабливим кольором, тому в журналі «QP!» у рубриці «СПЕЦПРОЕКТ» фіолетовий використано для реклами магазинів спідньої білизни «Інтим» і «Пан + Пани».

***Чорний*** використовують для передачі враження високої якості товарів і їх великої вартості. Чорний – концентрований, густий, важкий, шляхетний, глухий, хоча може бути і яскравим у поєднаннях. Цей колір саме в парі визначає свій психологічний вплив і підкреслює будь-який колір. Чорний – це колір графіки, креслення. Він викликає відчуття ідеальної точності. При оформленні товарів підкреслює їхню значущість, урочистість, вагомість, «виправдовує» високу вартість ексклюзивної продукції. У журналі «QP!» саме на чорному фоні рекламуються ювелірні вироби.

Для реклами продуктів харчування необхідно враховувати природні кольори їжі, наприклад, оранжеві, червоні, жовті та коричневі різноманітних відтінків вважаються найбільш вдалими для рекламування продуктів.

Для реклами дитячих продуктів харчування, журнал «QP!» використав відтінки синього. Таке поєднання продукту й кольорової гами ілюстрації може відлякувати споживача, оскільки молочна суміш і «холодний» синій або блакитний кольори спрямовують покупця на ненатуральність продукту.

Необхідною умовою рекламної ефективності є використання кольорів, залежно від очікуваних вражень і характеру товарів і послуг. Тільки тоді можна отримати вплив кольору на визначені почуття людини, а найголовніше – привабити покупця до товару, зацікавити та викликати бажання купити цей товар.

Необхідно враховувати і той факт, що кольори здійснюють символічний та асоціативний вплив на людину. Символами й асоціаціями ***червоного*** можуть бути: кров, вогонь, троянда, небезпека, любов, ***жовтого*** – лимон, сонце, світло, епідемія, ***синього*** – вода, лід, холод, відкритий простір, небо, мир, ***зеленого*** – трава, дерево, природа, безпека, надія, спокій, тому при виборі кольору в рекламі треба приділити велику увагу його особливостям.

У журналі «QP!» є асоціативні рубрики, ілюстрації до яких підібрано відповідно до кольорової гами. Кольори фруктів, задають моду в певному сезоні.

У рубриці «КРАСА» головним кольором є ***малиновий***, тому, відповідно до нього, добираються ілюстрації одягу, взуття, техніки та аксесуарів. За таким же принципом у рубриці «КОЛІР», де головними є сливи, домінує ***фіолетовий***. У рубриці «СПЕЦПРОЕКТ» головними фруктами є яблука ***червоного*** та ***зеленого*** кольорів, тому, відповідно до них, у таких кольорових гамах подані ілюстрації модних новинок.

Реклама певних товарів і послуг має свої особливості ілюстрування, що відповідним чином відображається на «проектуванні» колористичного оформлення. Так, у журналі «QP!»реклама побутової техніки демонструє стабільність, якість, чесність. Для цього найбільше підходять горизонтальна композиція, формальний баланс простих і зрозумілих зображальних елементів,

золотий та сріблястий кольори в поєднанні зі стриманим синім або солідним бордовим. Реклама автомобілів у журналі «QP!» часто будується на емоціях, тому виправданими будуть яскраві фарби, неформальний баланс елементів чи підкреслено динамічна композиція з діагональними лініями для передачі руху. Промислова реклама раціональна. Показ промислових технологій та обладнання найбільш добре сприймається в ахроматичній чи малонасиченій гамі.

Таким чином, за допомогою вибору певного кольору можна управляти відношенням споживача до реклами, а створюючи необхідне колірне середовище можна викликати в споживача реклами необхідні емоції. При правельному виборі – сприятливе подання й бажання придбати рекламований товар.

Література

1. Бугрим В. В., Компанець Т. М. Ментальність і реклама / В. В. Бугрим, Т. М. Компанець // Рекламіст. – № 8. – С. 6-11.
2. Владимирська А. Реклама: навчальний посібник / А. Владимирська, П. Владимирський. – К. : Кондор, 2009. – 334 с.

**Тронь Ганна**
студентка 4 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., ст.викл. Пирогова Х.М.

## ПОДОЛАННЯ КРИЗИ УВАГИ НА ПРИКЛАДІ КУЛЬТУРНО-ПРОСВІТНИЦЬКИХ ПЕРЕДАЧ В ЕФІРІ «РАДІО “ЗАПОРІЖЖЯ FM”»

Дослідження особливостей подання культурної та просвітницької проблематики в ефірі радіо, визначення головних чинників кризи уваги, які впливають на якість сприйняття сприяє збільшенню аудиторії, а також розкриває нові творчі підходи для висвітлення цієї тематики.

Проблеми сприйняття інформації на радіо були колом наукових зацікавлень дослідників у XX і XXI ст. Зокрема це праці Т. Анохіної, С. Жуковського, В. Мирончeнка, В. Лизанчука, Д. Любосвєтова, О. Сербенської. Психологія і психолінгвістика – галузі, що тісно пов’язані з вищезазначеною проблемою, а дослідження явища кризи уваги є перспективним у майбутньому як для електронних, так і для друкованих засобів масової комунікації.

Проблемою сьогочасного радіомовлення є те, що автор радіопередачі не замислюється над тим, як буде звучати його інформація у звуці, як саме сприйме її слухач. Необхідно створити умови, за яких виступ перед мікрофоном буде найменш вимушеним і штучним, у певних межах відстороненим від підготовленого сценарію. Саме тут слід акцентувати увагу на тому, що читання тексту радіопередачі з аркуша сприймається гірше, ніж жива мова. Природне мовлення людини замість книжного і невиразного, на нашу думку, має більш діалогічний характер, особливо в публіцистичних, документальних і художніх проектах. Психологи дослідили, що у процесі налагодження контакту з аудиторією для радіомовлення найбільшу проблему становлять тематичні передачі, в яких, окрім вербальних засобів,

використовуються елементи музично-шумового супроводу [4, 261]. В умовах сьогодення одночасно дуже складно і надзвичайно важливо вміти зацікавити аудиторію, схилити її до вибору прослуховування певної радіостанції, а далі – радіопередачі. Наприклад, для підготовки сценарію авторської передачі на комерційному радіо журналіст повинен передбачити можливу аудиторію, визначити, як зміст і форма його проекту вплине на різні категорії населення – все це, певна річ, для визначення рекламодавця.

Культурна і просвітницька тематика є актуальною на сьогодні та посідає значне місце у засобах масової інформації, зокрема на радіо. Саме тому, в статті проаналізуємо акценти радіопередач культурно-просвітницької тематики «Радіо "Запоріжжя FM"», які найбільш вдало характеризують різноманітність засобів привернення уваги.

Увага – це особлива форма психічної діяльності, яка виявляється в спрямованості та зосередженості свідомості на значущих для особистості предметах, явищах навколишньої дійсності або власних переживаннях [6, 133]. Відомо, що радіо не потребує особливої уваги від слухача. В. Лизанчук зазначає, що роль своєрідного фону під час багатьох занять виконують музичні передачі [1, 209]. Певна річ, що для музичних передач така особливість радіо є позитивним явищем. Проте зменшення абсолютної уваги слухача перед інформаційними радіопередачами викликає занепокоєння. О. Сергеєнкова наводить фізіологічне підґрунтя уваги. На думку дослідниці, чинником виступає збудження, яке виникає в корі великих півкуль головного мозку під впливом подразнень, які на нас діють [6, 133]. Подразником може бути цікава думка, факт. Тобто, здійснюється миттєве розуміння.

Д. Любосвєтов дослідив етапи процесу розуміння інформації у звуці на радіо. На його думку, спочатку розпізнаються звуки, думки, факти, потім осмислюється почуте. Далі відбувається розмежування нового від уже відомого, також нова інформація зіставляється з минулим досвідом [3, 16]. Два останніх твердження є важливими для тематичних радіопередач. В цьому випадку, на нашу думку, завдання радіожурналіста-автора полягає в тому, щоб повідомити аудиторії нову, досить невідому для них інформацію, але певним чином пов'язану з їх минулим досвідом. Щоб досягти такої гармонійної подачі матеріалу необхідно цікавитись тим, чим живуть слухачі певної тематичної групи. Саме так розкриється творча майстерність журналіста: він знайде кут зору, під яким слід висвітлювати актуальну тему, одночасно не потураючи низьким смакам. Наступними етапами розуміння інформації Д. Любосвєтов називає інтерпретацію почутого у свідомості та домислення несказанного матеріалу [3, 16]. Варто наголосити, що свідомість зосереджується на тих концептах, що мають значення для слухача. Власне привернення уваги стає метою, а різноманіття форм – засобами.

Також, слід зазначити, що В. Лизанчук розрізняє такі типи слухання радіо: пошукове, зосереджене, вибіркове, фонове [1, 211]. Радіожурналісти повинні прагнути зосередженого слухання аудиторією різноманітних повідомлень, сприяти пошуковому та уникати фонового і вибіркового типів.

Оскільки під час вибіркового слухання сприймається лише частина інформації, а фонове нівелює комунікативну місію радіомовлення.

Дослідниця О. Ложнікова розробила пороги зниження уваги в радіомовленні [2]. Перша криза уваги настає через 3,5 хвилини після початку прослуховування, якщо немає додаткового інтересу. Такі передачі «Радіо "Запоріжжя FM"» як «Події і особистості» (автор і ведуча Т. Татарінцева), «Перлини світу» (автор і ведуча П. Снєжина), «Порцеляна» (автор і ведуча А. Чеботарьова), «Портфоліо» (автор і ведучий О. Пашненко), «Культурна мозаїка» (автор і ведуча А. Подорожня) використовують наступні засоби підтримки уваги на першому етапі:

- музичні стимули у вигляді тематично підібраних пісень на 2-3 хвилинах після початку, в залежності від тривалості програми;
- коротка інтригуючи пауза після вступу, заповнена звуковою вставкою, що формує додатковий інтерес.

Друга криза уваги, за концепцією О. Ложнікової, відбувається через 8,5 – 9 хвилин після початку. Варто зазначити, що радіопередача «Перлини світу», що є загальною тривалістю 20 хвилин, використовує музичні стимули на 3, 15 та 17 хвилинах відповідно. Можна сказати, що існує ризик другого порогу уваги у часовому проміжку першої половини радіопередачі. Зате повністю відсутній третій поріг – емоційного забарвлення на 15-й хвилині додає тематично підготовлена пісня.

Найбільш стійку до кризи уваги можна назвати радіопередачу «Культурна мозаїка», яка триває 4 хвилини. Короткий анонс та основний огляд культурно-мистецьких подій зазвичай поділено звуковою вставкою. Крім цього, гнучкість мовлення ведучої та гармонійне поєднання змісту і форми у відносно короткий проміжок ефіру сприяє тому, що текст сповна реалізується перед мікрофоном.

Радіопередачі «Події і особистості» та «Порцеляна» однакові за хронометражем (15 хвилин), а також схожі за прийомами подолання кризи уваги другого рівня. Зі звукових стимулів можна виділити відокремлення двох тематично пов'язаних частин обох передач на 6-й і 7-й хвилині відповідно. З мовленнєвих стимулів слід відзначити акцентуацію на ключових етапах життя героя програми «Події і особистості», тематика якої визначається визначними датами.

Третя криза уваги, як зазначає О. Ложнікова, наступає на 14 хвилині, якщо емоційне забарвлення зовсім відсутнє. З аналізованих нами культурно-просвітницьких програм цей критерій має тематичне «Портфоліо», оскільки його хронометраж становить 30 хвилин. Власне сама програма присвячена життю і творчості певної особистості та має чотири музичні стимули – зразки творчості героя або героїні, що чергуються з цікаво поданим нарисом життя. Завдяки щирості та позитивному образу автора і ведучого програма «Портфоліо», не зважаючи на чотири ризики кризи уваги, систематично стимулює увагу слухача.

Отже, щоб уникнути кризи уваги, збільшити коло своїх слухачів та досягти творчого зростання, журналістам, як авторам і ведучим тематичних, зокрема культурно-просвітницьких програм можемо порекомендувати:

- говорити переконливо, щиро і правдиво;
- розвивати вміння донесення своїх знань та думок до слухачів;
- бути компетентним у темі;
- творчо підходити до розкриття особистості в програмі, застосовуючи музичні стимули та мовленнєві акценти;
- прагнути спілкуватись зі слухачами на рівних, без повчань.

Також варто пам'ятати, що застосовуючи новітні технології, радіостранції, які раніше мовили в ефірі, мають тенденцію впроваджувати свою діяльність в мережі Інтернет. Можна погодитись з думкою М. Нагорняка про те, що під час слухання радіопрограм у мережі концентрація уваги є розсіяною і слабкою [5, 12]. Це обумовлюється віртуальною сферою, яка також має свою специфіку оскільки процес слухання у мережі заснований на перериванні [5, 12]. З цього можна зробити висновок, що навіть попри усі переваги конвергенції радіо в мережу Інтернет, все ж таки існує багато чинників, які зменшують розуміння суті радіоповідомлення.

В. Лизанчук звертав увагу на одну з багатьох рис впливу радіо на аудиторію – одномоментість мовлення [1, 209]. Саме незворотність інформації у часі повинна спонукати радіожурналістів створювати якісну радіопродукцію, обробляти друковане письмове слово у відповідності зі звуковим сприйняттям та новим Інтернет-середовищем. Варто розуміти, що навіть позитивний образ ведучого, а також те, як він говорить і що він говорить, сприяє популярності програми та радіостанції загалом.

Література

1. Лизанчук В. В. Радіожурналістика: засади функціонування: Підручник / В. В. Лизанчук. – Львів: ПАІС, 2000. – 366 с.
2. Ложникова О. Восприятие звукового сообщения аудиторией. Электронный курс. Массовая коммуникация. Теория и методика радиожурналистики. / О. Ложникова. – Електронний ресурс : http://www.unesco.kz/massmedia/pages/11_3.htm
3. Любосветов Д. И. К проблеме восприятия слушателями журналистского сообщения по радио Текст. / Д. И. Любосветов // Вестник МГУ. Серия Журналистика. 1977. – №3. – С.12–22
4. Мірошниченко П. В. Текст і фактура новинарного радіоповідомлення / П. В. Мірошниченко // Теле- та радіожурналістика. Вип. 9. – Ч. 2. – 2010. – С. 260 – 265
5. Нагорняк М. В. Здобутки й утрати діяльності українських радіостанцій у мережі Інтернет / М. В. Нагорняк // Наукові записки Інституту журналістики. – Том. 43. – 2011. – С.10-14
6. Сергеєнкова О. П. Загальна психологія. Навчальний посібник / О. П. Сергеєнкова. – К.: ЦУЛ, 2012. – 296 с.

**Хапрова Марія**
студентка 7 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доцент Іванюха Т.В.

## ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЖУРНАЛУ «ЗДОРОВЬЕ»

Практичне вивчення науково-популярних журналів з метою визначення їх місця в системі ЗМК передбачає виявлення типологічних ознак і характеристик, а також моделювання і прогнозування нових видань. Такий аналіз включає наступні складові: класифікацію за тематичною спрямованістю, визначення типологічних ознак журналів, їх типів, видів, складення логічної класифікаційної моделі і типологічного моделювання. Саме класифікація дозволяє поділити велику кількість журналів на класи, підкласи, групи, підгрупи з тим, щоб визначити, до якої з них належить те чи інше видання, його основні відмінності та загальні риси.

Проблемою визначення науково-популярних видань, їх типології займалися А. Акопов, С. Антонова, М. Ребов, Л. Реснянская, Л. Санкина. У широкому значенні науково-популярним виданнями слід вважати такі видання, які містять відомості про теоретичні і експериментальні дослідження і призначені для популяризації та пропаганди основ і досягнень науки і техніки, культури і результатів прикладної діяльності серед широких мас читачів в доступній для них формі [1].

Загалом предметом змісту науково-популярного видання можна вважати все, що має відношення до науки і наукових досліджень: їх результати, наукову область, у якій проводяться (проведені) дослідження; об'єкт дослідження; наукову проблему (завдання), мету і метод дослідження; умови, у яких проводяться дослідження, використовувані апаратура і матеріали; факти, складові основи дослідження (науки), включаючи дані спостережень і експериментів, відкриття, винаходи, теорії, закони, гіпотези тощо.

Тематика науково-популярних видань може бути вельми широкою. Вона визначається потребами і завданнями суспільства, інтересами і попитом читачів. З цим пов'язано цільове призначення і функціональні властивості науково-популярних видань.

За визначенням С. Антонової цільове призначення науково-популярного видання – популяризація і пропаганда основ і досягнень науки, техніки, культури і результатів прикладної діяльності серед широких мас читачів. Що стосується функціональних властивостей, то вони досить різноманітні [2].

Функція популяризації, разом із просвітницькою й ознайомчо-освітньою, в усі часи була ведучою. Пропагуючи наукові знання, вчений передає масам останнє слово в науці і тим самим знайомить їх із цим новим знанням, сприяючи підвищенню їх освітнього рівня і вирішуючи просвітницьке завдання. Наукові знання духовно збагачують читача науково-популярного видання, пробуджують у ньому подальший пізнавальний інтерес, сприяють розвитку його творчої ініціативи, нарешті долучають до знання. Але сьогодні поруч з вищеперерахованими функціями, у науково-популярних видань з'являється ще одна функція – розважальна [3].

Ці модифікації розглянемо на прикладі журналу «Здоровье». Одне з найголовніших завдань журналів присвячених здоров'ю – це стати «домашнім лікарем» читачів та приємним співрозмовником. Сьогодні можемо спостерігати певну тенденцію типологічної модифікації журналів про здоров'я, адже вони у більшості випадків орієнтовані на жіночу аудиторію і тому мають певні особливості

Перший номер щомісячного науково-популярного журналу «Здоровье» міністерства охорони здоров'я СРСР з'явився у січні 1955 р. у Державному видавництві медичної літератури. Його редактором став С. В. Курашов.

Журнал «Здоровье» покликаний поширювати знання у галузі суспільної й особистої профілактики захворювань, гігієни праці й побуту, фізичної культури. «Здоровье» писало про раціональне харчування, правильний режим дня, організацію роботи та відпочинку, розповідало про лікарські рослини. Поступово «Здоровье» ставало повноцінним науково-популярним журналом: серед матеріалів типу «Зарядка на заводі» все частіше з'являлися статті на актуальні медичні теми. Важливе місце займало спілкування з читачами – в журналі завжди публікувалися листи, питання і докладні відповіді на них. Крім того, в журналі друкувались фейлетони та оповідання Льва Кассіля, Євгенія Кононенко та інших відомих радянських авторів.

З роками журнал ставав різноманітнішим. Все чіткіше звучала думка, що здоров'я – це не тільки відсутність хвороб, а й уміння радіти життю, світлим враженням, добру, красі, любові. Журнал зважився на дуже сміливий для 70-х років крок: заговорив про інтимні стосунки чоловіка і жінки в рубриці «Розмова про статеве виховання».

У травні 1990 р. щомісячний тираж журналу досяг 18155000 примірників – з цією неймовірною цифрою журнал потрапив в Книгу рекордів Гіннесса. Змінюється час, змінюються погляди на здоров'я, змінюється аудиторія журналу – і «Здоровье» не залишається осторонь цих змін. 1993 – рік перетворення журналу. Новий редактор Тамара Федорова починає перезапуск видання. «Здоровье» стає глянцевим і кольоровим, збільшується обсяг, змінюється внутрішня структура, виникають нові рубрики. З 1995 р. журнал друкується у Фінляндії.

З січня 1999 р. і до цього дня головний редактор Видавничого дому журналу «Здоровье» – Тетяна Єфімова. За останні 10 років журнал змінився більше, ніж за всі попередні роки існування. З'явився яскравий, сучасний дизайн, і звичайно, збагатився зміст. Зараз у кожному номері «Здоровье» можна прочитати про психологію, косметологію, фітнес, омолодження; ексклюзивні інтерв'ю з російськими та світовими зірками сусідять з історіями звичайних людей, які змогли змінити своє життя або перемогти хворобу, і звичайно, як завжди, видання стежить за останніми науковими відкриттями, дає практичні і дієві поради про те, як зберегти енергію, бадьорість і здоров'я кожен день.

З травня 2009 р. найстаріший російський журнал про здоров'я, красу і якість життя виходить у поновленому вигляді. Залишаючись вірним своїм цілям і завданням – яскраво, цікаво і своєчасно давати найактуальнішу і найкориснішу інформацію про здоров'я і турботу про себе, – видання отримало

нову структуру і оформлення. Оновлений журнал складається із чотирьох розділів: «Пульс» – новини науки, краси, медицини та Велеса; «Люди» – персони номера, тематичні інтерв'ю та статті, поради зірок, історії успіху читачів журналу; «Теорії» – докладно про найцікавіші та найважливіші відкриття, винаходи, теорії; «Практика» – корисні та практичні поради і рішення.

Дизайн видання став більш сучасним, динамічним, із більшою кількістю інфографіки, що відображає концепцію видання і сприяє максимально яскравій і комфортній для читача подачі матеріалу.

З одного боку популярність журналу (сучасний тираж видання 170 000 екземплярів) – це кращий критерій оцінки видання, з іншого, тематика, заявлена на самому початку існування журналу, схоже, пішла в небуття. Усе більше уваги приділяється нетрадиційним способам лікування й профілактики, у той час як традиційні поради йдуть на другий і третій план. І це незважаючи на те, що у вихідних даних журналу довгий час друкувався такий слоган: ««Здоровье» попереджає: лікування будь-якими препаратами припустимо тільки після консультації з лікарем!»

У зв'язку з тим, що на сторінках журналу «Здоровье» порушуються серйозні проблеми, основним жанром була й залишається стаття. Практично 50% журнальних смуг зайнято статтями. Приклад, номер за листопад 2011 р. У розділі «Пульс» спочатку надруковано кілько порад стосовно того, що треба обов'язково зробити у листопаді. Потім йде стаття «Одномікробники», присвячена кишковим розладам, далі стаття «Свердлити не буду», де у популярній формі (підкреслюємо, у популярної, не у науковій) розповідається про зубні хвороби та про новітні методи боротьби із ними. Далі у розділі «Люди» надрукована велика стаття «Занурте ваші пензлі», в якій розповідається про жінок, які вже у зрілому віці захопилися малюванням і виявили у себе прихований талант художника, а у розділі «Теорії» стаття «Депресія: діагноз чи настрій». В цьому матеріалі фахівці в доступній формі пояснюють всю серйозність даної хвороби та шляхи її подолання.

У кожному номері «Здоровье» пише про матір і дитину. Початок даним публікаціям поклав Г. С. Сперанский у 1955 р. Так у номері за листопад 2011 р. у розділі «Практика» є матеріал під назвою «Як спілкуватися з гіперактивною дитиною». У цій публікації спеціалісти дають корисні поради матерям. А у статті «Питання життя» у розповідається про перші ознаки вагітності та методи її виявлення.

Часто «Здоровье» дає роз'яснення тим або іншим поняттям, описує заходи попередження й профілактики різного виду нездужань. Читач довідається, як вилікувати безсоння, дратівливість, стреси й т.д. В останніх номерах журналу такі поради займають основне місце. Написані вони, як правило, науково-популярною мовою і тому прості для сприйняття.

Журнал друкує матеріали й рекламного характеру. Основна їх мета – привернути увагу аудиторії до приватних лікарень, а для цього перераховуються всі їхні переваги. Але більшість реклами стосується косметичних засобів для жінок та різноманітних харчових добавок і ліків.

Дуже популярний в журналі й жанр інтерв'ю, очевидно, це пов'язане з бажанням привнести більше інтерактивності, довідатися як традиційні думки лікарів-фахівців, так і нові, які відрізняються від традиційних методів лікування й профілактики хвороб. Але героями інтерв'ю можуть буди також різноманітні відомі особистості. В аналізованому номері є велике інтерв'ю у розділі «Люди» із професійною гімнасткою Ляйсан Утяшевою. Цей матеріал займає чотири сторінки, але окрім тексту багато місця займають саме фотографії.

Героєм матеріалів журналу може бути як людина, соціум, так і хвороба, органи тіла, їжа й т.д.

Проаналізувавши номери журналу за 2011 р. виявлено наступну закономірність: біля чверті матеріалів присвячені хворобам (34,2 %). Друге місце займає людина як соціальна істота (26,8 %). На третьому місці матеріали, присвячені дітям (18 %). Четверте місце відведено їжі (10,2 %), п'яте – косметиці (6 %), а шосте – листам читачів (4,8 %).

Варто зазначити, що видання «Здоровье» позиціонує себе, як науково-популярний журнал, але нічого не говорить про свою цільову аудиторію. Хоча цей журнал і за зовнішнім виглядом і за внутрішнім наповненням розрахований на жіночу аудиторію. На його обкладинці завжди розміщений великий портрет відомої жінки. Матеріали, як друкуються в журналі, у переважній більшості (85%) про жінок і для жінок, а ще у виданні багато реклами жіночої косметики. Отже, з огляду на аудиторні, жанрові, тематичні особливості, його з впевненістю можна назвати жіночим науково-популярним журналом.

Література

1. Антонова С. Издания по искусству. Проблемы типологии и редактирования: Учебное пособие. / С. Антонов. – М.: МПИ, 1989. – 104с.
2. Антонова С. Редакторская подготовка изданий / С. Антонова. – М.: Издательство МГУП, 2002. – 468 с.
3. Ребров М. Грани популяризации науки или пути к читателю / М. Ребров. – М.: Наука, 1981. – 156 с.
4. Настоящее здоровье одно – другого не купишь [Електронний ресурс] // Сайт журналу «Здоровье». – Режим доступу: http://www.zdr.ru/statics/about.html.

**Ципляк Марина**
студентка магістратури факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Чернявська Л.В.

## ОДНОБІЧНА ПОЛІТИЧНА ПОЗИЦІЯ ЗМІ: АСПЕКТ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

У політичному житті кожного суспільства важливу роль відіграють ЗМІ. У всьому світі, зокрема й в Україні, останніми роками все більшої поширеності набула проблема залежності ЗМІ від владних структур і політичних сил. Однобічна політична орієнтація багатьох ЗМІ від їхніх фінансових зв'язків із політично-економічними угрупуваннями призвела до того, що аудиторія все більше втрачає довіру до ЗМІ. Це стосується центральних і регіональних каналів комунікації, в тому числі й преси. Хоча саме друкованим ЗМІ, як

стверджують закордонні та вітчизняні соціологічні дослідження, аудиторія довіряє більше, ніж усім іншим. Втім, велику кількість українських видань населення не сприймає як незалежні та об'єктивні засоби інформування. Внаслідок цього в Україні все гострішими постають питання політичної заангажованості ЗМІ, зокрема однобічної та політичної позиції, що є порушенням як журналістської етики, так і соціальної відповідальності працівників мас-медіа.

Однобічної політична орієнтація ЗМІ характеризується незбалансованою подачею інформації, заангажованістю журналістів та, звісно, проплаченістю матеріалів, що висвітлюються.

Дослідник О. Холод стверджує, що «проблема полягає в тому, що регіональні мас-медіа достатньо часто обирають основною формою подачі політичних новин передрук тих новин, які вже існують в інформаційному просторі країни. Перенесення політичних новин із сторінок центральних видань (зокрема з інтернет-видань) веде до того, що інформація політичного змісту майже не відрізняється за переказом сутності подій, але дуже відрізняється за їх підбором і якістю висвітлення» [4, 158]. Симпатію журналіста до певного політичного суб`єкта, недостовірне висвітлення інформації щодо дії такого суб`єкта можна назвати політичною заангажованістю (забарвленістю) журналіста. Науковець О. Холод говорить, що «політична забарвленість журналістів регіональних мас-медіа має такі психолінгвістичні особливості:

1) Синтаксис простої пропозиції як фіксація прагнення до зрозумілості для простого "політично неосвіченого" споживача інформації;
2) Неприхована конотація як ознака небажання приховувати свою позицію в "демократичному" політичному оточенні;
3) Кількість використання лексичних одиниць політичного формату як сигнал до солідаризування однодумців;
4) Бравада (вихваляння) винятковим правом користуватися публічним каналом інформації для формування позитивного або негатичного іміджу певного політичноого суб`єкта» [4, 160].

Соціальна відповідальність журналіста є важливою складовою працівника мас-медіа, відповідно до якої журналіст забов'язаний забезпечувати право громадян на інформацію і нести відповідальність перед читачами й суспільством загалом за зміст своїх повідомлень, своєчасність і достовірність інформації.

Необхідно зауважити, що поняття «журналістська відповідальність» не передбачає відповідальності лише перед головним редактором, засновником медіа-структури, або владними інституціями. Ця дефініція є професійною, вона полягає у відповідальності конкретного працівника мас-медіа перед реципієнтами. «Поняття журналістської відповідальності з`явилося не так давно. До початку XX ст. у світі панували дві концепції преси: лібертаріанська та авторитарна. Згідно з першою журналіст відповідав насамперед перед власною совістю і сумлінням. Причому вважалося, що нічого страшного не станеться, якщо журналісти через якісь помилки нав`яжуть суспільству хибний погляд на певні речі або події. Згідно з теорією повернення до істини Д.

Мільтона, правильні оцінки та ідеї все одно переможуть, адже істина непереможна. В авторитарній моделі журналіст несе відповідальність насамперед перед владою, бо вона є верховним авторитетом у такому суспільстві. Він є провідником ідей влади, тобто слухняним інструментом в її руках» [2, с. 67]. Лише у ХХ столітті виникла нова засада діяльності мас-медіа – соціальна відповідальність.

Журналістикознавець І. Михайлин зазначає, що «соціально-відповідальна модель масово-інформаційної діяльності якраз і передбачає активність засад журналістики, які присутні в свідомості кожного працівника мас-медіа при здійсненні ним своїх професійних обов'язків. Адже свобода – це не свавілля і не вседозволеність. Вона передбачає наявність у кожного журналіста внутрішнього редактора, який вчасно підкаже йому про неприпустимість чи бажаність чергової публікації, утримає від втручання в особисте життя громадян, застереже від розпалювання міжнаціональної ворожнечі чи інших негідних журналіста вчинків» [3, с. 73].

Дослідник В. Іванов додає, що «кожен журналіст несе відповідальність перед суспільством, перед своєю аудиторією за повну й адекватну інформацію про суспільство загалом та його окремі групи, про події, що відбуваються довкола, про все, що становить інтерес до аудиторії» [2, с. 66].

Подібної точки зору дотримується головний консультант відділу інформаційної безпеки РНБО України Д. Дубов, який розглядає ЗМІ як якісно нові суб’єкти політичних комунікацій. «В епоху глобальних викликів безпеці на особливу увагу заслуговує питання щодо соціальної відповідальності ЗМІ в аспектах поєднання свободи преси з відповідальністю, із завданнями інтеграції суспільства, цивілізованого розв’язання конфліктів, що виникають у процесі представлення різних точок зору, відображення думок і позицій різних (іноді – антагоністичних) суспільних груп», – говорить дослідник [1].

Науковець В. Шкляр підкреслює, що «соціальна відповідальність преси і журналіста – це визнання і виконання зобов'язань перед суспільством в інтересах його гармонії і поступу. Вибираючи цілі й методи своєї творчості, журналіст водночас викликає до життя і відповідні ефекти, вибудовує їхню пріоритетність. Серед багатьох основними ефектами є:

– гуманітарний – результат впливу журналістських творів на моральні настанови особистості, на її культуризацію і соціалізацію, на орієнтири її соціальної поведінки;

– соціальний – результат впливу журналістських творів через посередництво цільової аудиторії на громадську думку і суспільну свідомість, на політику держави, на економічний, соціальний, культурний розвиток нації, на діяльність всіх структур соціуму» [5]. Також дослідник зазначає, що «чинник соціальної відповідальності преси і журналіста постійно зростає у зв'язку з радикально оновлюваною в останні роки конфігурацією української дійсності та її політичної системи – перехід від президентсько-парламентської до парламентсько-президентської республіки. Мова сьогодні йде про три основні вектори означеної відповідальності:

– інформаційне забезпечення плюралізму суспільної думки;

– захист прав і свобод особистості в її протистоянні з бюрократією;

– підвищення ефективності державної влади на основі консолідації суспільства» [5].

Запорізька щотижнева газета «Суббота плюс» вже не раз грішить написанням замовних матеріалів. В наш час є поширеним явищем, коли до журналістів звертаються із проханням створити замовний матеріал, який би позитивно характеризував того чи іншого діяча, підприємця, політика. Подібний матеріал допомагає здобути прихильність аудиторії. Особливо популярними такі матеріали є під час передвиборчих кампаній. Я вважаю, що це є порушенням професійних журналістських стандартів в тому випадку, коли образ людини, який змальовується в матеріалі, не збігається із тим, яка вона насправді. В більшості випадках журналістові треба зобразити в позитивному світлі політичного діяча, втім інколи створюється і негативний образ. Важливо зауважити, що в газеті «Суббота плюс» більшість матеріалів політичної тематики друкуються в рубриці «Конкретно». У вихідних данних зазначено, що матеріали цієї рубрики можуть містити рекламу. Втім, на шпальті, де розміщується журналістський текст, позначка «реклама» відсутня. Тоді можна говорити про те, що цей текст містить приховану рекламу політичного діяча, тим самим маніпулює громадською думкою.

Наприклад, у № 44 від 3 листопада 2011 року був опублікований матеріал Ігоря Самойленка під назвою «Владимир Кальцев: “Основна работа депутата – это работа с людьми”». Розміщено публікацію в підрубриці «Конкретно». Зрозуміло, що в тексті оспівується позитивний образ політика Володимира Кальцева. Аналогічними замовними матеріалами є газетні публікації Ігоря Самойленка:

у № 39 від 29 вересня 2011 року «Владимир Кальцев: “Бюджетная политика должна быть прозрачной и понятной людям”»,

у № 47 від 24 листопада 2011 року «Владимир Кальцев: Города настроены на позитивный диалог с центром”»,

у № 49 від 8 грудня 2011 року «Владимир Кальцев награжден граматой Верховной Рады Украины», тощо.

Разом з цим у газеті «Суббота плюс» з номера у номер друкуються матеріали однобічного негативного характеру з приводу політичної діяльності Юлії Тимошенко, що також говорить про контроль владних структур за діяльністю журналістів цієї газети.

Так, у № 40 від 6 жовтня 2011 року був опублікований матеріал Максима Степаненка «Афера на 400 миллионов: Украина ответит за долги Тимошенко?». Також у № 43 від 27 жовтня 2011 року вийшла друком публікація Ярослава Чернак «Поверить Тимошенко». В цих текстах висвітлюється компрометуюча інформація стосовно політика Тимошенко. Розповсюджувати негативну інформацію стосовно цього політика активно газета почала як раз у час засудження екс-прем`єра.

Звісно, газета «Суббота плюс» захистила свою репутацію, розмістивши у вихідних данних позначку, що матеріали деяких рубрикацій є рекламного характеру. Проте, це не дає нам право звільнити журналістів, що пишуть

подібні тексти, від соціальною відповідальності. Адже аудиторія, що читає газету «Суббота плюс» заслуговує на те, щоб журналістські матеріали не містили приховану рекламу. Тим паче, відповідно до Етичного кодекса українського журналіста, інформаційні та аналітичні матеріали повинні бути чітко відокремлені від реклами відповідною рубрикацією. А не ховатися в сумнівних рубриках по типу «Конкретно».

Таким чином, кожен працівник ЗМІ несе відповідальність перед суспільством за адекватне подання подій, явищ і процесів дійсності. Не менш важливим є контроль журналістів за діями владних структур як на регіональному, так і на загальноукраїнському рівні. Завдяки цьому суспільство знає про діяльність або бездіяльність влади, втім пропагандистом журналіст також не може бути. Журналіст не повинен маніпулювати громадською думкою, використовуючи засоби масової інформації, не кажучи вже про пропаганду насильства, жорстокості, війни, розповсюдження порнографії, розпалення релігійної, расової, національної і соціальної нетерпимості, що є не тільки аморальним, а й порушує закон. Навпаки, він повинен віддавати перевагу загальнолюдським цінностям: зобов'язаний законом поважати права і гідність усіх націй та людей незалежно від статі, раси, нації, релігійних поглядів й ідейних переконань. Працівник мас-медіа відповідає не лише перед своєю аудиторією, але й, в першу чергу, перед самим собою, а також перед своїми колегами-журналістами. Всі ці постулати, зокрема розуміння відповідальності за опубліковане слово, повинні бути основою діяльності всіх журналістів. Тоді можна буде говорити про незалежну журналістику, яка має на меті чесні, а не комерційні наміри.

Література

1. Дубов Д. Засоби масової інформації як якісно нові суб’єкти політичних комунікацій [Електронний ресурс] // Український центр політичного менеджменту : [сайт] / Д. Дубов. – Режим доступу: http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=67&c=1531.
2. Іванов В. Журналістська етика / Передм. В. Мостового: підручник /В. Іванов, В. Сердюк. – К. : Вища школа, 2006. – 231 с.
3. Михайлин І. Основи журналістики: підруч. для студ. вузів / І. Михайлин. – 5-те вид., переробл. і доп. – К. : ЦУЛ, 2011. – 496 с.
4. Холод О. Соціальні комунікації: соціо-і психолінгвістичний аналіз: навч. посіб. – 2-ге вид, доп. і перероб./ Олександр Холод. – Львів : ПАІС, 2011. – 288 с.
5. Шкляр В. Формування моделі "влада – преса – суспільство" [Електронний ресурс] // Електронна бібліотека Інституту журналістики : [сайт] / В. Шкляр. – Режим доступу: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1365.

**Шарлова Лаура**
магістрантка факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Романюк Н.В.

## ВІЗУАЛЬНИЙ ОБРАЗ ІНТЕРЕНТ-ВИДАННЯ «УКРАЇНСЬКА ПРАВДА» ЯК ЗАСІБ СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ

Сучасні мас-медіа беруть активну участь у політичному, соціальному, економічному та інших сферах життя держави. Газета говорить зі своїм читачем не тільки за допомогою друкованого слова, а й мовою зорових образів (ілюстрацій). Вони за допомогою вербальних і візуальних засобів інформують суспільство про останні новини, подають коментарі до актуальних тем тощо.

Об'єктом нашого дослідження є саме візуальні засоби, до яких відносять: шрифтове виділення (використання різноманітних гарнітур, накреслень), нешрифтове виділення (фотографії, ілюстрації, контраст, кольори в оформленні шпальти) [Шевченко В.Е. Елементи оформлення сучасного газетного видання // http://journlib.univ.kiev.ua].

Система шрифтового оформлення передбачає закріплення певних гарнітур за певними розділами, рубриками тощо. Застосування тих чи інших гарнітур спрямовує читача на потрібний лад і повідомляє йому про стиль видання. Фотографії та ілюстрації мають сильніший вплив, оскільки вони формують у свідомості певні образи та асоціації. Кольори в оформленні видання при правильному і вмілому їх застосуванні можуть викликати як позитивні, так і негативні емоції вже навіть тоді, коли читач ще не встиг прочитати заголовки матеріалу та розглянути зображення.

Зовнішнє оформлення інтернет-видання «Українська правда» складає приємне враження, відповідає стандартним положенням і вимогам. Назва сайту розміщена вгорі посередині сторінки, виділена жирним накресленням великими літерами, що є зручним для читача. Над заголовком сайту є навігація, основні або найсвіжіші новини подаються збоку із зображенням чи без нього.

Аналізоване видання відмовляється від нагромадження засобів виділення, оскільки тут домінує зміст, а не форма. У газеті однаковим шрифтом набираються і текстові матеріали, і заголовки, відрізняються вони лише кеглем та насиченістю. Заголовки в «Українській правді» головних новин, названих «Картина дня», оформлені шрифтом Arial, кегель – 9,5, звичайних новин – 8 кеглем того ж шрифту. Всього на головній сторінці разом з головними розміщено близько 60 новин. Публікації розміщені в середній колонці. Усі публікації подаються з фото на головній сторінці. Дві верхні публікації є з більшим фото, заголовок написано шрифтом Arial, 16,5 кеглем. Під заголовком розміщується лід статті (Arial, 8 кеглем). Наступні публікації відрізняються меншим фото та кеглем заголовку (11,5).

Публікації, на відміну від новин, займають дві колонки: крайню ліву і середню. Оформлені приблизно так само, як і новини, тільки з меншим кеглем заголовка (17,5) та відсутні теги та банер під ними. З правого боку – інші рекомендовані публікації. Основний текст видання завжди оформлюється

прямими світлими шрифтами. Курсивом або напівжирним шрифтом основний текст видання не набирається – це заважає читачеві, розпорошує увагу.

Нешрифтові композиційні елементи доповнюють шрифтові набірні побудови. До них відносять виділення кольором, при якому використовують декілька способів: друкування фрагмента іншим кольором, вміщення тексту в кольорову рамку, розміщення тексту на кольоровому фоні. Різні за сенсом фрагменти потребують різного кольорового рішення, для рамок використовують яскраві кольори, для фонових плашок – бліді.

В оформленні сайту переважають чорний, білий, бордовий та сірий кольори. Новини розміщені в лівій крайній колонці, розділяють за важливістю кольором і розміром регістру. Найважливіші новини – червоним кольором і верхнім регістром; менш важливі – червоним кольором та нижнім регістром або чорним кольором та верхнім регістром; прості новини – чорним кольором, нижнім регістром. У «Новинах» усе оформлено чорним кольором на білому фоні. Заголовок – нижнім регістром, Arial, 19,5. Нижче – дата та час публікації, посилання на версію для друку та коментарі, а також додаток від Facebook. Сам текст новини написаний 9,5 кеглем, нижче – теги, банер, додатки соцмереж Vkontakte, Twitter, Google+ і Facebook. В самому низу – коментарі. З лівого боку новини пропонують переглянути новини на схожу тему, а з правого – останні новини на сайті. Публікації головної сторінки під назвою «Колонка автора» та «Інтерв'ю» тут розміщені на кольоровому фоні. Це привертає увагу читача. Зауважимо, що сторінки окремих рубрик обох видань виділяються кольоровим оформленням. Так, рубрика «Історія» інтернет-видання «Українська правда» виділяється сіро-червоними тонами. Текст у підрубриці «Історична правда» подається на сірому тлі. Заголовки – червоного кольору. У рубриці «Спорт» переважає вже синьо-голубий відтінок: заголовки – синього кольору, текст з теми «Публікації» подається на голубому тлі.

Наступним візуальним засобом привернення уваги читачів є ілюстративний матеріал, який виконує найрізноманітніші функції. Дослідник В. Іванов зазначає, що ілюстрації в газетах доповнюють зміст матеріалів, дають можливість побачити їх з нового, більш виразного боку. Існують ілюстрації і як самостійні жанри у вигляді окремих фотографій, нарисів, тематичних добірок. Тема і сюжет їх розглядаються самостійно, а текст відіграє роль пояснювального підпису.

Фотоілюстрація – невід'ємна частина газети, у тому числі і інтернет-газети. Специфічність фотографічного зображення полягає в тому, що знімок є візуальною копією фрагментів дійсності. При формуванні іміджу держави важливими є саме фотоілюстрації відомих людей певної країни – представників і носіїв відповідної культури, етичних і моральних цінностей. Саме за діями, досягненнями відомих політиків, спортсменів, акторів Європа та інші держави дізналися про Україну. Тому фотографії на шпальтах періодичних видань є одним із засобів формування іміджу держави.

Щодо особливостей ілюстрування інтернет-видання «Українська правда», то тут усі фотографії головної сторінки сайту – чорно-білі. Під рубрикою «Вибір редакції» розміщують більших розмірів чорно-білі фото до головних

публікацій номера. Цікаво, що відео і всі фото можна переглядати, перейшовши на окремий індекс. У цих вкладках фото та відео кольорові. Фоторепортажі та відео розміщені в окремому розділі «Фото-відео». Тут виділене найголовніше (це дві фотоілюстрації більшого розміру, розміщені по центру сторінки). Головні фотографії підписані заголовком на тлі світлини, а під зображенням – лід. Активізувавши фото, переходимо на сторінку саме цієї теми. Під заголовком поданий меншого розміру ряд фотографій, при активізації однієї з них з'являється світлина більшого розміру з текстовою інформацією. Фото яскраві, якісні.

Під головними фотоілюстраціями йде рубрика «Останні фото-відеорепортажі». Тут зліва розміщені малих розмірів фото, а справа – заголовки до них. Якщо матеріал супроводжується і відеорядом, то біля заголовка намальований значок відеокамери.

Недоліком такого оформлення рубрики «Фото» є те, що тут відсутня система пошуку. Наявний лише архів за датами.

Серед жанрів фотожурналістики на головній сторінці інтернет-видання «Українська правда» переважає фотопортрет. Цей вид фотографії можна умовно поділити на дві категорії: портрети відомих (упізнаваних) людей і портрети, які представляють нові для аудиторії обличчя. Прикладом ілюстрацій першої категорії є фотопортрети Юрія Луценка в матеріалі «Лист із тюрми № 11: "Юля, Мінотавр і ми"» (12.10.2011), Олександра Турчинова – лідера опозиції в матеріалі «Прізвище "Тимошенко" не може замінити саму Тимошенко» (04.02.2012), Оксани Забужко з публікацією «Є тільки один розкручений український класик» (04.02.2012). На жаль, ці фотографії, як і матеріал, який вони супроводжують, не можуть формувати в читача позитивного іміджу держави, оскільки вони несуть негативну інформацію: ув'язнення політичних лідерів, невдоволення народу політикою влади, в Україні класику видають лише як шкільну літературу і т.д. Фотопортрети відомих політиків зазвичай містять лише зображання героя, адже вони добре відомі як в Україні, так і за її межами. Це означає, що читачі інших країн легко ідентифікують осіб, що подаються на головній сторінці газети. Портрети відомих людей (політики, зірки шоу-бізнесу тощо) найчастіше виконують функцію привернення уваги, ніж інформативну.

Часто на шпальтах подають і портрет героя в дії, за роботою, у цьому випадку зображено не лише персонажа, а й ситуацію. Динамічні портрети виражають психологічний і емоційний стан героя в момент зйомки. Завдяки комплексній вербальній і візуальній інформації створюється цілісний образ людини, формується про неї громадська думка. Усі фотографії наділені документальністю.

Проте не завжди зображення на світлинах відповідає змістовому наповненню журналістського матеріалу. Так, на фото, що супроводжує публікацію «Віктор Янукович просить американців про порятунок» («Українська правда», 14.03.2012), зображений Президента України з мікрофоном у руці та в навушниках. Від візуального сприйняття формується думка, що Янукович узяв участь у чергових зборах чи в саміті голів держав, на

яких і звернувся з таким проханням. Проте текст статті свідчить про інше: уряд Віктора Януковича листом звернувся до американської лобістської та консалтингової компанії APCO по допомогу у вирішенні питання фінансового вливання.

Цікавим для аналізу є розділ «Фото-відео». Так, від 22 січня 2012 р. замітка із заголовком «Опозиція домовилася про об'єднання зусиль» повідомляє, що представники опозиційних сил зібралися на Софійській площі на акцію з нагоди Дня соборності і свободи. Акція розпочалася у 12:30 зі спільного молебну представників майже всіх християнських конфесій. Після молебну на сцені виступали Олександр Турчинов, Арсеній Яценюк, Олег Тягнибок, Віталій Кличко, Дмитро Павличко і Василь Шкляр. Загалом у акції взяли участь приблизно від 5 до 10 тисяч людей. На підтвердження цієї інформації видання пропонує читачам фотонарис із 26 зображень з місця подій. Із зображень ми бачимо масовість заходу, дізнаємося про участь лідерів опозиції (фото в дії) А.Яценюка, В.Кличка, М.Катеринчука та Б.Тарасюка серед представників народу. Фотографії якісні, змістовно наповнені і є хорошим засобом формування іміджу держави за образами відомих особистостей як в Україні, так і за її межами.

Основним завданням фотогалереї, на нашу думку, є урізноманітнення способу подачі інформації і привернення додаткової уваги. Усі зображення, що входять до галереї, дуже різноманітні, тому дають можливість для багатьох комбінацій, що робить їх постійно свіжими, вони не можуть повторюватися чи бути схожими.

Отже, візуальні засоби мають важливе значення у структурі й дизайні газети. Вони слугують тим елементом, який привертає увагу і змушує потенційного читача ознайомитися із пропонованим матеріалом. У змістовому наповненні портрети є картинкою до тексту, тобто вони показують те, про кого і про що пише автор. Світлини із зображенням місця події допомагають авторові наочно показати те, про що він розповідає. Тут фотографія дає можливість зменшити опис у самій статті, що полегшує читання. Зауважимо, що лише фотоілюстрації на тему культури, спорту формують у нас позитивний образ України.

Література

1. Іванов В. Ф. Комп'ютерні мас-медіа на межі століть / В.Ф. Іванов // Актуальні питання масової комунікації. – К., 2002. – Вип. 3, ч. 1. – С. 41-43.
2. Шевченко В.Е. Елементи оформлення сучасного газетного видання [Електронний ресурс] / В.Е.Шевченко. – Режим доступу: http://journlib.univ.kiev.ua.

**Шашликова Катерина**
студентка 4 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол. н., доц. Тернова А.І.

## МОЛОДІЖНІ ТЕЛЕВІЗІЙНІ ПЕРЕДАЧІ НА ЛОКАЛЬНОМУ ТБ

Сьогодні студентські ЗМІ виконують функцію трибуни для молоді, власне тієї її частини, яка отримує вищу освіту. Молодь – це майбутнє держави, тому потребує постійної творчої самореалізації. Висловлюватись вільно студенти мають змогу лише у певних вузівських мас-медіа, де не має жорстких рамок, цензури та стандартів. Популярність студентських ЗМІ серед молоді цілком зрозуміла – творчий колектив студентів краще розуміє потреби своєї аудиторії. Друковані та електронні засоби масової інформації у вишах явище доволі розповсюджене, чого не можна сказати про власне радіо та ТБ.

Молодіжна програма – це аудіовізуальний продукт, що має тематику, цікаву для даного прошарку суспільства, будується на його інтересах та має на меті розважати або підвищувати освітній рівень молоді.

Телепередача – телетвір, підготовлений творчими та інженерно-технічними працівниками ТБ [1, с. 70]. Телевізійна програма, телепрограма, телепередача – відеоряд, який має єдине призначення та деяку цілісність, що транслюється на телебаченні. На відміну від відеокліпу має ведучого [5; 7], «аудіовізуальний твір, створений самою ТРО, а також на її замовлення (за рахунок її коштів) іншою організацією» [4, с. 328], «добірка систематизованих, підготовлених до випуску чи посилання в ефір матеріалів, об’єднаних однією темою і розрахованих на відповідну аудиторію» [3]. Тож телепередача має авторську завершеність, адресність, зображально-виражальні засоби стилю та належати до певного телевізійного жанру. Кожна передача є комплексним медіатекстом, який складається зі смислових, візуальних та аудіальних елементів, що, в свою чергу, допомагають автору втілити власну ідею та зробити матеріал зрозумілим для глядача.

Телепередачі створюються каналами для того, щоб наповнювати ефірний час власною продукцією, яка буде повністю відповідати вимогам та інформаційній політиці телеканалу та його основній характеристиці. Телевізійна передача є сюжетною композицією, яка розрахована на масового глядача [6].

Опираючись на попередній досвід, науковці виокремлює види програм за їх предметно-тематичним значенням, серед яких такі: інформаційні; спеціалізовані програми новин; інформаційно-аналітичні; публіцистичні; пізнавально-розважальні; культурно-просвітницькі; дитячі; релігійні; спортивні; художні фільми; багатосерійні фільми до 11 серій; власне розважальні; рекламні [2].

На сьогодні спостерігається підвищення інтересу до студентських проектів у вищих навчальних закладах. На сторінках електронних видань, Інтернет-порталах, сайтах освітніх закладів надається повна інформація про створення творчих колективів, проблемних груп, об’єднань молоді, які готують

аудіовізуальний продукт. Здебільшого це інформаційні матеріали (повідомлення, замітки, репортажі, анонси, звіти, спецвипуски тощо), у яких розповідається про заходи, перебіг подій вишу, або ж за участю представників даного навчального закладу. Трапляються й рекламні, іміджеві, інформаційно-профорієнтаційні матеріали.

Студентські програми можна класифікувати як молодіжні через те, що студентами є сегмент населення, який називається молоддю та на який спрямований цей продукт.

Навчальна лабораторія журналістики, до якої відноситься телестудія „Юніверс – ТБ", дає змогу студентам факультету журналістики ЗНУ вільно створювати проекти, тобто власні молодіжні телепередачі (телепрограми).

Молодіжна програма «ZP life» існує відносно недовго (з вересня 2011р.), однак це повноцінний продукт студентської діяльності. Формуючи концепцію програми, авторський колектив проблемної групи розумів, що вона повинна бути модерновою та цікавою, при цьому повинна містити новини факультету й університету. Відтак, програма стала формуватися із ряду рубрик: «Новини університету»; «Новини міста, які є цікавими для студентів»; «Новини е Повідомлення офіційної інформації, що є суттєвою для студентів»; «Студентське дозвілля»; «Пам'ятні дати минулого».

При створенні даного продукту основною метою стало: наочно показати світ студентів із середини; надати можливість ініціативним і творчо налаштованим студентам спробувати себе в ролі журналіста, репортера, оператора, героя телевізійного матеріалу; консолідувати молодь навколо важливого завдання; переконати, що журналістська діяльність є цікавою і вимагає з боку майбутнього фахівця активності, комунікабельності, освіченості.

На сьогоднішній день молодіжна програма «ZP life» «побачила світ» у двадцять п'яте. Коротко про змістове наповнення програми: Випуск № 1 від 9.09.11р.– відеоогляд «Свято Першого вересня»; відеосюжет «Змагання з автозвуку»; відеозвіт «Збори на факультеті журналістики»; вітальна адреса з нагоди ювілею ст. викладача факультету журналістики Ю.О. Ботнера»; відео замітка «День народження І.П. Котляревського і Л.М.Толстого», Анонс.

Випуск № 2, від 16.09.11р.: відеосюжети «День народження Жовтневого району»; репортаж «Весільний бум у Запоріжжі»; вітальна замальовка «Привітання декана факультету журналістики В.М. Манакіна»; відеосюжет «День солідарності журналістів»; відеозамітка «День народження телеведучої К. Осадчої»; відео сюжет «Шкільна реформа», Анонс.

Випуск № 3, від 23.09.11р. – «Спеціальний випуск з фестивалю «Жми на Record!».

Випуск № 4, від 30.09.11р.: відео сюжет «Японська вечірка»; відеозвіт «Прес-конференція у БК ім. О. Довженка»; відеозамітка «Знайомство Центру культурно-масової роботи ЗНУ із першокурсниками»; відеосюжет «Флеш-моб «День миру»; вітальна листівка з нагоди до Дня працівників освіти від керівництва ЗНУ.

Випуск № 5, від 7.10.11р.: відеосюжет «Благодійна акція збору коштів для дітей-інвалідів»; відеозвіт «День здоров'я в Економіко-правничому коледжі

ЗНУ»; вітальна адреса з нагоди Дня народження професора факультету журналістики В.Ф. Шевченка»; Анонс до Дня міста.

Випуск № 6, від 14.10.11р.: Спеціальний випуск «День міста Запоріжжя»; репортаж «Святкування. Набережна».

Випуск № 7, від 21.10.11р.: відеосюжет «Мітинг з нагоди 68-річниці звільнення м. Запоріжжя від німецько-фашистських загарбників»; відеозвіт «ЕПК. Гра в «Що? Де? Коли?»»; Анонс конкурсу першокурсників «Дозвольте відрекомендуватися».

Випуск № 8, від 28.10.11р.: відеозвіт з конкурсу «Дозвольте відрекомендуватися» (флешмоб); вітальна адреса з нагоди Дня народження заступника декана факультету журналістики В.В.Костюка.

Випуск № 9, від 04.11.11р.: відеозвіт з конкурсу «Дозвольте відрекомендуватися» (фестивальні виступи); відеозамальовка «Осінь».

Випуск № 10, від 11.11.11р.: відеозамітка «Гостини на інтернет-радіо «Університет»»; відеосюжет «Тренінги з журналістського розслідування на факультеті журналістики»; відеоогляд «КВК на кубок Ректора»; інтерв'ю з фотокореспондентом Максимом Лісовим.

Випуск № 11, від 18.11.11р.: відеоогляд «Гала концерт»; журналістське розслідування «Як воно!?»; привітальна листівка від адміністрації ЗНУ до Дня студента»; відеозамітка «Студміс».

Випуск № 12, від 25.11.11р.: відеозамітка «Золота медаль ЗНУ»; відеозвіт виступ гурту «Лазурный берег запредельного»; відеосюжет «Найрозумніший першокурсник журфаку»; вітальна адреса від Студради учасникам «Дозвольте відрекомендуватися».

Випуск № 13, від 02.12.11р.: відеозвіт «Флешмоб – парад до Дня студента»; відеосюжет «КВК ¼ фіналу»; відеосюжет «Веселі старти» між мешканцями гуртожитків ЗНУ; соціальна реклама.

Випуск № 15, від 09.12.11р.: конкурсна робота відеонарис «Станцюй життя»; відеосюжет «Інтелектуальний потенціал студентів».

Випуск № 16, від 16.12.11р.: відеосюжет «Встановлення та прикрашання новорічної ялинки у ЗНУ»; відеозвіт «Конкурс Майстер Гаскойн» в Луганську»; відеосюжет «День народження гуртожитку № 3»; відеозамітка «Косметичний майстер-клас від О. Кригіної» .

Випуск № 17, від 28.12.11р.: відеоогляд «Новорічні святкування у ЗНУ»; відеозамітка «Відкриття ялинки»; відеозамальовка «День Святого Миколая»; відеолисти від дітей; відеозамітка «Новий рік на журфаці»; вітальна адреса представників адміністрації ЗНУ з нагоди Нового року та Різдва Христового.

Випуск № 18, від 03.02.12р.: відеозамітка «Застережлива інформація з приводу негоди та низьких температур на вулиці; відеосюжет «День студента у кафе «Тетянин день»»; музичний калейдоскоп «Music day»»; відеосюжет про труднощі підготовки телевізійних матеріалів «За кадром у студії за 2011 рік»; коментар «Спорт – це здорово!».

Випуск № 19, від 10.02.12р.: вітальна адреса «День Святого Валентина»; музичний калейдоскоп «Music day» – пісні про кохання; репортаж

«Танцювальний батл. Частина 1»; відеозамальовка «Ляпи телевізійного ефіру на студентському ТБ».

Випуск № 20, від 17.02.12р.: відеозвіт концерту до Дня закоханих; репортаж «Фестиваль КВК на кубок Ректора ЗНУ. Частина 1»; музичний калейдоскоп «Music day» – пісні про чоловіків; вітальна адреса з нагоди Дня захисника вітчизни (за традицією); відео замальовка «23 лютого».

Випуск № 21, від 24.02.12р.: відеосюжет «Зустріч з Вадимом Денисенком»; репортаж «КВК – 2-ий півфінал»; телеінтерв'ю «Цікавий день: 29 лютого»; музичний калейдоскоп «Music day» – пісні про весну.

Випуск № 22, від 02.03.12р.: відеозвіт «Містер ЗНУ 2012»; репортаж «Масляна на Маяковського»; відеоогляд «Масляна в ЗНУ»; музичний калейдоскоп «Music day» – пісні про жінок.

Випуск № 23, від 08.03.12р.: вітальна листівка від адміністрації та деканів ЗНУ з нагоди Міжнародного жіночого дня 8 березня; відеосюжет «Мартовский Костя».

Випуск № 24, від 16.03.12р.: відеозвіт про роботу творчих студій «Оздорови суспільство»; відеосюжет «Гостя з телеканалу «Інтер» у ЗНУ»; музичний калейдоскоп «Music day» – пісні, що підіймають настрій.

Випуск № 25, від 23.03.2012р.: відеозамальовка «Сніг в березні – це круто»; відеозвіт «Конференція Студентської Ради ЗНУ. Андрій Бондаренко»; репортаж «Вечір поезії в 3 гуртожитку»; відеосюжет «Денс-Батл. Частина 2»; музичний калейдоскоп «Music day» – українська етніка».

Отже, студенський проект «Zp life» за всіма ознаками є цілком молодіжною телевізійною програмою, оскільки і за тематичними наповненням, і за жанровою специфікою, і за цільовою аудиторією (і за виготовленням) спрямований на молодь, що навчається.

Література


1. Дмитровський З. Специфіка аудіовізуальної телеінформації у контексті теорії і практики журналістики // Вісник Львівського ун-ту. – 2002. – № 22. – С. 70-85.
2. Классификатор программ // Кузнецов Г. ТВ-журналистика : критерии профессионализма / Г. Кузнецов. – М. : «РИП-холдинг», 2002. – С. 27–34.
3. Спиров М. Чем мы вечно заняты [Электронный ресурс] // М. Спиров. – Режим доступа : http://kak.ru/columns/teledesign/a4784/ – Загл. с экрана.
4. Мащенко І. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. : термінологічний словник основних понять та виразів: телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо / І. Мащенко. – Запоріжжя: Дике поле, 2006. – Т. 2. – 512 с.
5. Телевізійна програма // – http://ru.wikipedia.org/wiki/Телевизионная_программа – Назва з екрану.
6. Телепередача // – http://tvavt.ru/index.php?page=teleperedacha
7. Термінологія телевізійної журналістики // – http://www.franko.lviv.ua/lknp/mova/jur6/terminologia.htm – Назва з екрану.

**Шеремет Анастасія**
студентка 4 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., ст.викл. Усманова О.В.

## КУЛЬТУРНА ТЕМАТИКА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТБ

Засоби масової інформації у сучасному світі культуру є одними із приорітетних важелів прищеплювання культури індивіду, окрім родини і суспільства. У своїй діяльності журналісти регіональних телерадіокомпаній дотримуються принципів демократії, свободи слова, верховенства права, рівності всіх громадян перед законом, неприйняття будь-яких форм расової, релігійної та політичної дискримінації. Їх діяльність базується на принципах компетентності, об'єктивності та достовірності інформації, гарантуванні права кожного громадянина на доступ до інформації, вільному висловлюванні поглядів та думок, забезпеченні ідеологічного і політичного плюралізму, дотриманні працівниками професійної етики та загальнолюдських норм моралі.

Культурна тематика є досить розвиненою й описати події культури в якомусь одному журналістському жанрі неможливо. Необхідно при цьому використовувати все різноманіття жанрів в засобах масової інформації Не виключенням є радіо та телебачення, де за звичайних умов жанрове різноманіття просто необхідне. Адже зараз його так не вистачає.

При створенні сюжету чи матеріалу на культурну тематику потрібно враховувати всі можливі варіанти, при спілкуванні з будь-якою людиною треба бути досить обережним, не забувати те, що творчі люди – надзвичайно уразливі і самолюбні. Набагато більш складним є створення публіцистичних матеріалів, у яких на основі поточної ситуації в сфері культури робляться висновки про загальний стан культури в суспільстві, про проблеми й перспективи розвитку, про необхідні заходи державного або суспільного втручання (допомоги, стимулювання). Місцева журналістика реалізує адміністративно-територіальні, громадські, соціально-психологічні і культурно-етнічні завдання. Але з низки причин, найчастіше економічного характеру, місцевим телевізійним каналам не завжди вдається виконати їх.

Одна з основних проблем регіонального радіо та телебачення, яка веде його до потреби «займати» свій ефір «чужим» матеріалом, зокрема, взятим на загальноукраїнських каналах – відсутність правової бази у сфері телерадіомовлення. Наприклад, існування держзамовлення лише на державних телерадіокомпаніях позбавляє ініціативи створення соціально значимої продукції комерційного характеру, не заохочує і не розвиває вітчизняну телеіндустрію. Іншим важливим чинником, що стримує розвиток регіональних телеканалів, є неповне, нерегулярне фінансування державних телерадіокомпаній (ЗОДТРК).

Крім того відсутня єдина технічна політика серед мовників і серед виробників, що нерідко б'є по ролі ефіру, є труднощі з конвертацією і сертифікацією телевізійного устаткування. Більшість регіональних телекомпаній працюють на техніці «аматорського» формату, що також

перешкоджає виробництву високоякісної телевізійної продукції і призводить до втрати аудиторії.

Нові засади у роботі, жанри, методи подачі матеріалу у ефір на регіональному телебаченні впроваджуються досить швидко, щорічно може з'являтися багато нових програм. Однак, місцевим телеканалам неможливо уникнути експансії цих же методів роботи, жанрів центральними загальнонаціональними телеканалами, оскільки ця експансія – результат розвитку цілої системи нових форм і перевтілень вітчизняного телебачення. Місцеві телевізійники жодної хвилини не мають забувати про специфіку регіонального телебачення. Те, що має успіх у глядачів загальноукраїнських каналів і має високі рейтинги, не завжди знайде відгук у аудиторії регіональних, місцевих каналів.

На першому етапі створення телетвору розважального чи культурологічного характеру журналісти регіональних телеканалів мають більше часу на обрання теми ніж їх колеги з всеукраїнського. Це пов’язано з меншою оперативністю. Адже цикли програм на загальнонаціональних каналах йдуть в ефірі кожного тижня, чого не завжди скажеш про регіональні, за виключенням випусків новин – «Телекур’єр» – щодня та «Гарні новини», що виходять щонеділі (телеканал «Запоріжжя»).

Журналісти, що працюють в останніх мають більше часу на пошук, підготовку, технічне оформлення матеріалів. А значить і можливість перевірити і вдосконалити матеріал – вище. Програми в такому випадку можуть зберігатися в архівах – програма «Мій рідний край», «Альфа і Омега», «Історичні постаті» на телеканалі «Запоріжжя», або виходити один раз в два тижні.

З іншого боку, у перших рідко виникає питання: про що готувати матеріал, кого запросити до студії, де взяти потрібну інформацію? Теми можуть бути найрізноманітнішими, адже розраховані на масову, всеукраїнську аудиторію. Регіональні ЗМІ наголос роблять на подіях, фактах історії та життєвим явищам, що сталися в регіоні, для якого вони і працюють. Вони обмежені в географічному масштабі. Але не виключаються і такі моменти, коли в свої культурних програмах журналісти та режисери використовують декілька циклів програм пов’язаних з історією краю, який охоплює значно більший масштаб.

Саме у програмах місцевого телебачення можна піднімати цікаві та найактуальніші культурні теми регіону, тут вони більш конкретизовані та повно висвітлені («Телекур’єр » та «Гарні новини»). Адже, наприклад, на загальнонаціональному каналі 1+1 чи СТБ навряд чи будуть говорити про місцевих художників чи краєзнавців, яких їм і без того вистачає на екрані, зокрема зірок естради або як їх ще називають – просвітителями «гламурного» життя.

Не варто забувати й про те, що телетвір – це обов’язково наявність картинки, до відбору якої треба віднестися з не меншою відповідальністю та серйозністю. Зрозумілість, логічність, правильна композиційна побудова, виокремлення головного в кадрі – такі основні вимоги до відеоматеріалу. Щоб

картинка була вдалою, навіть для півхвилинного відеосюжету, оператору треба докласти максимум зусиль. Щотижневий журнал «Альфа і Омега» в своєму композиційному настрої презентує не лише відеоряд, а й постійною рубрикою «дайджест» – підбірку фотоматеріалів. Це у всякому разі є вдалим ходом, адже вносить якусь різноманітність.

Щоб дати глядачам змогу постійно відчувати взаємозв'язок з побаченим, треба у процесі підготовки інформації про культуру, а в основі краєзнавчої тематики потрібно дбати про візуальний матеріал не меншою мірою, ніж про текстовий, і завжди пам'ятати, що він повинен бути не просто ілюстрацією слів журналіста, а органічною частиною телеінформації. На телеканалі «Запоріжжя» існує цикл програм «Мій рідний край», що дивує своєю змістовністю, вишуканістю та інформаційним наповненням. Тема краєзнавства дуже і дуже цікава, і поки що кращої подачі її, ніж в цій програмі, побачити дуже важко. Автор програми – Регіна Чендиріна запрошує спеціалістів з будь-якої теми. Ідеєю програми можуть бути пам'ятні міста («Гуляйполе»), показ символіки та обрядів («Культові символи нашої землі», «найдавніші символи – стали віддзеркаленням релігійних поглядів людини»).

В одному із випусків темою програми став екскурс містом. Що вразило найбільше, так це – не банальність задуму. Адже ми звикли говорити та пов'язувати Запоріжжя з історією козацького краю, то не завжди це так. В місті безліч архітектури, якою можна пишатися і демонструвати всім охочим («Прогулянки містом» – кожний народ пишається культурними здобутками наших предків, бо в них він бачить не тільки своє минуле, а й майбутнє»).

Журналіст фіксує не тільки основні моменти відеосюжету, а й передає відповідний настрій людей, атмосферу побаченого та почутого, розкриває глядачеві їх внутрішній стан. Оператор мусить пам'ятати, що зображення, як і слово, є тільки символом реальності, одним із видів телевізійної мови; що камера сама не відтворює дійсність, а показує лише те, що хоче оператор. Глибоке взаєморозуміння оператора з журналістом – запорука успішної співпраці, спрямованої, передусім, на передачі реального життя або якихось яскравих моментів чого в реальності людині бачити не доводилось. Дуже важливим є розуміння оператором журналіста і під час підготовки до роботи у жанрі інтерв'ю, яке є частим гостем у культурологічних програмах прямого ефіру та студійних записів. Перший має пильно слідкувати за тим, як виглядає журналіст і інтерв'юйований в кадрі, чи правильно на них падає світло, яка картинка формується. Оператор може як вдало реалізувати відеозйомки, так і завалити її просто не правильно зафіксувавши камеру. У випусках програм «Артішок» на телеканалі «Запоріжжя» ми простежуємо розмову ведучого з гостем, спілкування проходить у студії. Ведуча – Любов Москальова – налаштована на постійну співпрацю як з гостем, так і з оператором.

Не менш важливим на телебаченні є монтажне вирішення телевізійного твору. Уміле використання змін точок показу і прийомів зйомки, контрастів кадрів зображального та звукового рядів, їх змісту, роблять матеріал більш динамічним, надає багатозначності художнім образам. Саме тому на телевізійному екрані постає правдиве відображення подій і характерів людей,

учасників дійства. Монтаж – незамінний засіб у розстановці потрібних акцентів у програмах на культурну тематику.

Оскільки кожен випуск програми тематичний, у сюжеті домінує, або просто окреслена тема програми. Це певною мірою розширює можливості журналіста створити цілісний образ героя. Водночас сюжети, об'єднані в одну тему, досить творчо дозволяють розкрити цю тему з різних боків завдяки несхожим героям. Тематична й типологічна палітра програм телерадіокомпанії різноманітна. Якщо взяти за основу кількісний показник, то можна дійти висновку, що телебачення робить акцент на художньо-публіцистичні програми та музичні передачі. Проте, враховуючи деякі особливості мовлення телеканалу «Запоріжжя», можна сказати, що це таки розмовно-музичний канал. Річ у тім, що у програмах музичне тло постає не лише на початку й у кінці программ, а й створено спеціально музичні програми для меломанів. Основна ж частина програм – голоси ведучих і респондентів. Така форма мовлення, якої вже тривалий час дотримується телеканал «Запоріжжя», не зовсім прийнятна для молодіжної аудиторії, позаяк молодий слухач та гладач звик до більш динамічної подачі інформації, ненав'язливого музичного тла, яке, звісно, допомагає засвоювати інформацію, створює жвавий темпоритм.

За висновками багатьох дослідників, програми регіональних мас-медіа з кожним роком набувають все більшої популярності серед телеглядачів. Адже саме у місцевих програмах можна знайти відповіді на питання, які стосуються конкретного регіону, конкретного міста чи села. Такі телетвори є ближчими, теми важливішими, а працівники телеканалу «ріднішими».

У всіх випусках культурологічних програм, як і в будь-якій іншій тематиці присутня інтрига в плані майбутнього сюжету, вони різноманітні, мають різний хронометраж. Сюжети потрібні для того, аби урізноманітнити випуск аудіо та відеорядом, що несе в собі новизну та цікаву інформацію.

## СЕКЦІЯ №5 ЮРИДИЧНІ НАУКИ

**Адаменко Катерина**
студентка 3 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: викладач Мазманян Ц.Г.

### ВИДАТКИ НА ОХОРОНУ ЗДОРОВ'Я

Актуальність теми полягає в тому, що рівень охорони здоров'я населення на пряму залежить від ефективності фінансування даної галузі. Сучасний стан фінансування охорони здоров'я України за рахунок бюджету є вкрай недостатнім і не створює передумов для виконання якісної медичної допомоги в необхідних об'ємах.

Питанням про фінансове забезпечення у сфері охорони здоров'я займались такі науковці, як Василико О.Д., Павлюк К.В., Тернов С.Ф., Євсеєва В.І., Мних К.В., Жданова М.П., Журавля В.І., Черненко В.Г., Немченко А.С., Кисельова Є.М., Пономаренко В.М., Радиша Я.Ф. та ін.

Згідно зі ст. 3 Конституції України здоров'я людини є однією з найголовніших соціальних функцій держави [1]. Стаття 18 Основ законодавства України про охорону здоров'я, проголосивши, що фінансування охорони здоров'я в нашій державі здійснюється за рахунок державного та місцевого бюджетів, благодійних фондів та будь-яких інших, не заборонених законодавством джерел, визначила можливість багатоканального фінансового забезпечення системи охорони здоров'я [2]. Водночас ст. 49 Конституції України проголошує, що охорона здоров'я забезпечується державним фінансуванням відповідних соціально-економічних, медико-санітарних і оздоровчо-профілактичних програм, а держава стимулює умови для ефективного і доступного для всіх громадян медичного обслуговування [1].

Видатками на охорону здоров'я прийнято вважати кошти, які виділяються державними та місцевими органами влади як із централізованих, так і з децентралізованих фондів з цільовим призначенням на охорону здоров'я [4].

Відповідно до законів України про Державний бюджет щороку у медичній сфері фінансуються такі основні бюджетні програми: «Спеціалізована та високоспеціалізована медична допомога, що надається загальнодержавними закладами охорони здоров'я»; «Програми і централізовані заходи з імунопрофілактики»; «Забезпечення медичних заходів по боротьбі з туберкульозом, профілактики та лікування СНІДу, лікування онкологічних хворих»; «Забезпечення медичних заходів окремих державних програм та комплексних заходів програмного характеру»; «Державний санітарно-епідеміологічний нагляд та дезінфекційні заходи»; «Централізована закупівля обладнання для закладів охорони здоров'я»; «Лікування громадян України за кордоном», а також інші бюджетні програми. Їх фінансування має на меті забезпечити кожному громадянину України отримання медичної допомоги в державних і комунальних закладах охорони здоров'я безоплатно.

На думку Д.В. Карамишева, загальним недоліком українських цільових програм у сфері охорони здоров'я є те, що практично у всіх них передбачено значні бюджетні кошти на закупівлю вартісного устаткування і діагностичної апаратури, придбання яких також продубльовано в окремих программах із закупівлі апаратури та лікарських засобів, що свідчить про необґрунтованість доцільності витрачання бюджетних коштів [5, с.282].

До нормативів Всесвітньої організації охорони здоров'я, витрати на сферу охорони здоров'я повинні бути не меншими 5% валового внутрішнього продукту держави. В Україні рівень фінансування сягає лише 3%, що призводить до необхідності в оплаті отримуваних медичних послуг безпосередньо громадянами, що категорично суперечить нормам ст.49 Конституції України.

В Україні видатки на потреби охорони здоров'я розмежовано між бюджетами різних рівнів; таке розмежування ґрунтується на одному з основоположних принципів бюджетної системи України – принципі субсидіарності: видатки, які можуть отримуватися всіма жителями області, закріплено за обласними бюджетами; видатки, розраховані на обслуговування

населення певного району, – за районними бюджетами, а видаткина первинну медичну допомогу – за бюджетами територіальних громад. При цьому Бюджетним кодексом України врегульовано порядок здійснення міжбюджетних трансфертів між місцевими бюджетами.

Бюджетним кодексом України, як було відзначено вище, порядок здійснення міжбюджетних трансфертів на здійснення видатків між місцевими бюджетами (ст.92): територіальні громади сіл, селищ і міст можуть об'єднувати на договірних засадах кошти відповідних бюджетів для виконання власних повноважень; міські (міст республіканського Автономної Республіки Крим та міст обласного значення) та районні ради можуть передати видатки на виконання всіх або частини власних повноважень Верховній Раді Автономної Республіки Крим чи обласній раді з передачею відповідних коштів до бюджету Автономної Республіки Крим або до обласного бюджету у вигляді міжбюджетного трансферту; сільські, селищні та міські (міст районного значення) ради можуть передавати видатки на виконання всіх або частини власних повноважень районній раді чи раді іншої територіальної громади з передачею коштів до відповідного бюджету у вигляді міжбюджетного трансферту.

Сільські, селищні та міські (міст районного значення) ради можуть передавати видатки на виконання всіх або частини власних повноважень районній раді чи раді іншої територіальної громади з передачею коштів до відповідного бюджету у вигляді міжбюджетного трансферту.

Передача видатків здійснюється за спільним рішенням відповідних рад на договірних засадах. Всі угоди про передачу видатків укладаються до 1 серпня року, що передує плановому [3].

У статті 95 Бюджетного кодексу зазначено, що фінансові нормативи бюджетної забезпеченості для місцевих бюджетів коригуються коефіцієнтами, які враховують відмінності у вартості надання соціальних послуг залежно від:

1) кількості населення та споживачів соціальних послуг;

2) соціально-економічних, демографічних, кліматичних, екологічних та інших особливостей (з моменту їх визначення) адміністративно-територіальних одиниць. Коригувальні коефіцієнти затверджуються Кабінетом Міністрів України [3].

Враховуючи вище зазначене, приходимо до висновку, що сьогодні, велика кількість з положень "Основ" та норм Конституції України, які закріплюють права особи у сфері охорони здоров'я залишаються декларативними, що тягне за собою серйозні соціально-політичі наслідки. При фінансово-економічній кризі в країні ситуація з надання медичних послуг населенню різко погіршилась. Загальнодоступна мережа закладів охорони здоров'я помітно регресує щодо медичних технологій. Зменшується доступність безкоштовної медичної допомоги. Через недофінансування руйнуються лікарні та поліклініки.

У такій ситуації залишати медицину безкоштовною для всіх означає робити її недоступною для найменш захищених прошарків населення. У зв'язку з цим необхідно виробити конкретну систему реформування і побудови нових

моделей сфери охорони здоров'я, зокрема: провести реформу з введенням системи державного обов'язкового медичного страхування, створення єдиного простору медичних послуг незалежно від відомчого підпорядкування та форм створення системи контролю необхідного рівня якості медичних послуг шляхом введення стандартів; реалізація системи економічних і правових механізмів гарантування медичної допомоги у належному обсязі незалежно від управлінських та дозвільних функцій Міністерства охорони здоров'я України лікарським асоціаціям та громадським організаціям.

Література

1. Конституція України // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – №30. – 141 с.
2. Основи законодавства України про охорону здоров'я // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1992. – № 2801-XII
3. Бюджетний кодекс // Відомості Верховної Ради України. – 2010. – N 50-51. – 572 с.
4. Финансы капиталистических государств : учебник / [под ред. Б.Г. Болдырева]. – 3-е изд., перераб. и доп. –М. : Финансы, 1980. – 352 с.
5. Карамишев Д. В. Програмно-цільовий підхід до реалізації державної політики у сфері охорони здоров'я / Д.В. Карамишев // Університетські наукові записки. – 2006. – № 1(17). – С. 279–284.

**Власенко Мілана**
студентка 3 курсу юридичного факультету
Наук. кер.: д.ю.н., професор Коломоєць Т.О.

## ОСОБЛИВОСТІ АДМІНІСТРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НЕПОВНОЛІТНІХ

Адміністративна відповідальність – це застосування до осіб, які вчинили адміністративні проступки, адміністративних стягнень, що тягнуть для цих осіб обтяжливі наслідки майнового, морального, особистісного чи іншого характеру і накладаються уповноваженими на те органами чи посадовими особами на підставах і в порядку, встановлених нормами адміністративного права [ 1, 6].

Єдиною підставою (адміністративної відповідальності є вчинення особою адміністративного проступку – тобто це протиправна, винна дія або бездіяльність суб'єкта, яка посягає на громадський порядок, власність, права і свободи громадян та на встановлений порядок управління. За своєю суттю, адміністративні проступки є протиправними вчинками, які проте не є суспільно-небезпечними і не наносять такої значної шкоди суспільству, як злочини, і тому відповідальність за такі проступки, звичайно, є меншою.

Але необхідно наголосити на тому, що вчинення адміністративного проступку особою вже говорить про її схильність до порушення норм закону, а отже і про можливість особи в подальшому вчиняти тяжкі проступки, а також злочини. Тому головною метою адміністративної відповідальності є перевиховання делінквентної особи, тобто особи, схильної до вчинення протиправних дій, підвищення рівня її правової свідомості для того, щоб в

подальшому уникнути протиправної і можливо суспільно небезпечної поведінки з її боку.

І з цієї точки зору питання про адміністративну відповідальність неповнолітніх постає досить гостро, оскільки особи підліткового віку мають несформовану свідомість і культуру, а тому легко піддаються будь якому впливу – як позитивному, так і негативному, а отже і знаходяться у групі ризику і потребують підвищеної уваги з боку суспільства і держави. Увага до підлітків має бути значно підвищена, особливо у плані запобігання правопорушенням та злочинам, оскільки будь-які негативні процеси, що відбуваються в суспільстві, – в соціально-економічній, соціально-культурній та морально-культурній сферах, – вкрай негативно впливають на формування свідомості неповнолітнього та усвідомлення ним себе як особистості.

У зв'язку з цим, з точки зору закону, неповнолітня особа вважається спеціальним суб'єктом відповідальності, як адміністративної, так і кримінальної, а отже процедура притягнення їх до відповідальності має цілий ряд особливостей.

Згідно з ст.13 КпАП України до осіб віком 16-18 років, які вчинили адміністративні правопорушення, застосовуються відповідні заходи вплив [2]. Неповнолітні — це особи, які не досягли 18 років, тобто віку, з досягненням якого закон пов'язує настання повної дієздатності.

Неповнолітні, які не досягли встановленого в законі віку (14 років згідно з Кримінальним кодексом України та 16 років згідно з КпАП України), є малолітніми і юридичній відповідальності, у тому числі адміністративній, не підлягають, оскільки визнаються нездатними усвідомлювати значення своїх дій і керувати ними.

До того ж адміністративна відповідальність неповнолітнього може настати тільки тоді, коли 16 років йому виповнилось саме до моменту вчинення протиправного діяння, а не до вирішення питання про притягнення його до адміністративної відповідальності. Згідно з ст.13 та ст.24-1 Кодексу України про адміністративні правопорушення, за вчинення адміністративних правопорушень до неповнолітніх віком від 16 до 18 років застосовуються такі заходи впливу:

1) зобов'язання публічно або в іншій формі попросити вибачення у потерпілого;

2) застереження;

3) догана або сувора догана;

4) передача неповнолітнього під нагляд батькам або особам, які їх замінюють, чи під нагляд педагогічному або трудовому колективу за їх згодою, а також окремим громадянам на їх прохання [2].

Найменш суворим заходом є зобов'язання публічно або в іншій формі вибачитись перед потерпілим. Цей захід орган адміністративної юрисдикції застосовує тоді, коли він дійшов висновку, що неповнолітній визнав неправомірність своєї поведінки, суспільну шкоду скоєного діяння і покаявся в ньому. Публічність вибачення при цьому полягає у здійсненні його не тет-а-тет (тобто неповнолітній і потерпілий), а у присутності інших осіб.

Питання про форму публічного вибачення вирішує орган адміністративної юрисдикції з урахуванням усіх обставин справи і побажань потерпілого. Застереження — суворіший захід виховного впливу, що полягає в усному оголошенні органом адміністративної юрисдикції офіційного від імені держави осудження неповнолітнього правопорушника і його поведінки, яка виявилась у скоєнні адміністративного проступку, що не становить значної суспільної небезпеки [3, 96].

Догана або сувора догана є заходами морально-психологічного впливу, які застосовуються до неповнолітніх правопорушників у разі систематичного невиконання ними встановлених правил поведінки і скоєння правопорушень, що свідчать про формування антисуспільної установки. Догана або сувора догана є жорстокішими заходами стягнення, ніж попередження неповнолітнього. Вони супроводжуються офіційним від імені держави суворим засудженням неповнолітнього правопорушника і скоєного ним діяння. Передання неповнолітнього під нагляд батькам або особам, що їх замінюють, складається з накладення на вказаних осіб органом адміністративної юрисдикції зобов'язання з посилення виховного впливу на неповнолітнього правопорушника: здійснення культурно-виховних заходів; роз'яснювальної роботи; систематичного контролю поведінки неповнолітнього, тощо. Під особами, що замінюють батьків, розуміються усиновителі, опікуни і піклувальники [3, 96].

Передавати неповнолітнього правопорушника під нагляд батькам або особам, що їх замінюють, доцільно лише в разі їх згоди і здатності забезпечувати нагляд і відповідний виховний вплив на неповнолітнього. Бажання і згода останнього при цьому не враховуються.

Передання неповнолітнього правопорушника під нагляд педагогічному або трудовому колективу означає накладення органом адміністративної юрисдикції на відповідний колектив з його (колективу) згоди зобов'язання здійснювати на неповнолітнього виховний вплив і контролювати його поведінку. По суті, це довіра педагогічному або трудовому колективу неповнолітнього, якого вони знають за спільною роботою або навчанням і за поведінку якого беруть на себе зобов'язання. Таким колективом може бути, наприклад, педагогічний колектив школи, де навчається неповнолітній, або трудовий колектив підприємства, де він працює. При цьому орган адміністративної юрисдикції, який розглядає справу про правопорушення неповнолітнього, повинен бути впевнений у можливостях позитивного впливу такого колективу на неповнолітнього правопорушника, що передасться під нагляд колективу.

Передання неповнолітнього правопорушника під нагляд окремим громадянам складається з покладення на них обов'язків з виховання піднаглядного і контролю за його поведінкою. Цей захід накладається тільки за згодою громадян, яким передається неповнолітній і які добре зарекомендували себе на педагогічній роботі або в іншій сфері суспільне корисної діяльності. Недопустиме передання неповнолітнього правопорушника батьку або матері, що позбавлені батьківських прав, а також батькам або іншим особам, що за

рівнем культури і характером своєї поведінки не здатні позитивно впливати на нього [3, 97]. В той же час, неповнолітні за окремі види адміністративних проступків (ч.2 ст.13 КпАП) підлягають відповідальності на загальних підставах.

Це такі проступки, які за рівнем своєї небезпеки, цинічності та інших ознак визнаються більш тяжкими, а тому і потребують більш суворих заходів впливу, окрім тих, що застосовуються лише до неповнолітніх.

У таких випадках на неповнолітнього накладаються адміністративні стягнення на загальних підставах. Але навіть в цьому випадку, якщо орган адміністративної юрисдикції, уповноважений розглядати справу, з урахуванням обставин справи та особи порушника, вирішить, що виправлення особи можливе і без жорстких заходів впливу, то можливе застосування і вищенаведених заходів, передбачених ст.24-1 КпАП. Але це не стосується осіб, що вчинили правопорушення, передбачені ст.185 КпАП.

І аналізуючи особливості адміністративної відповідальності неповнолітніх, а саме заходи впливу, що до них застосовуються, можна зазначити наступне. Так, українське законодавство має бути гуманним і перш за все спрямовувати свої зусилля на перевиховання неповнолітніх правопорушників, а не на їх покарання, і при цьому враховувати особливості психіки неповнолітніх, їх соціальний статус, психоемоційний стан та інші характеристики. Але з іншого боку, у наш час невпинно зростає кількість правопорушень, вчинених неповнолітніми, а тому це спонукає до пошуку більш ефективних форм і методів боротьби з цією негативною тенденцією.

Заходи впливу, передбачені ст.24-1 КпАП, спрямовані перш за все на перевиховання правопорушників, на те, щоб змусити їх усвідомити свою негативну поведінку, зрозуміти, чому саме така поведінка є неприйнятною і піддається осуду з боку держави і суспільства, а також на переконання їх у необхідності підпорядковувати свої дії закону та моральним засадам суспільства.

Отже, основним завданням суду має бути не покарання винного, а його соціальна реабілітація та адаптація. Застосування адміністративних заходів до неповнолітнього може мати позитивний вплив лише у випадку, якщо неповнолітній відчує справедливе відношення до нього та його вчинків. Грубе ж, несправедливе та. жорстоке поводження з порушником бути мати негативний вплив і може спричинити рецидив правопорушень. Напевно, в цьому контексті, необхідно говорити про подальше вдосконалення законодавства стосовно питання відповідальності неповнолітніх, при цьому не лише адміністративної, але і кримінальної. Перш за все, явною постає необхідність виділення в Кодексі про адміністративні правопорушення окремого розділу, присвяченому провадженню по справах про адміністративні правопорушення, вчинені неповнолітніми, в якому було б враховано всі особливості і складності, характерні саме дія цього виду провадження.

А якщо дивитися на цю проблему більш широко, то на нашу думку, доцільним було б запозичення досвіду іноземних, в тому числі європейських, країн і створення окремої ланки судів, які б розглядали справи про

адміністративні проступки та злочини, вчинені неповнолітніми («ювенальні суди» або ж «суди у справах неповнолітніх»). Судді в таких судах мали б не лише юридичну, але і педагогічну освіту, існувала можливість залучення до розгляду справи психологів та інших спеціалістів. Такий підхід, на нашу думку, вдосконалив би існуючу систему і допоміг би вивести її на якісно новий рівень –рівень якісно нового розгляду та вирішення справ даної категорії, а отже і вирішення проблеми злочинності серед неповнолітніх загалом.

Література

1. Комзюк А.Т. Адміністративна відповідальність в Україні : навч. посіб / А.Т. Комзюк. – 2000. – 103 с.
2. Кодекс України Про адміністративні правопорушення : кодекс [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: http://www.liga.net
3. Особливості адміністративної відповідальності неповнолітніх / Синявська О.Ю. // Держава та регіони, Серія: Право – 2010. – №3. – С. 95-98.
4. Коломоєць Т.О. Адміністративне право України: підручник / Т.О. Коломоєць. – Київ: Істина, 2008. – 200 с.

**Волкова Анастасія**
студентка 3 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: к.ю.н., доц. Синєокий О.В.

## ЮРИДИЧНЕ ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНУ «ЗАГИБЕЛЬ ЛЮДЕЙ» ЯК НАСЛІДКУ ЗЛОЧИНІВ

Згідно з Кримінальним кодексом України до наслідків злочинних діянь відноситься загибель людини, а також інші тяжкі наслідки. Поняття загибелі людей є оціночним. Повне уникнення таких понять у законодавстві, в тому числі і кримінальному, неможливе, але для правильного застосування будь-якого закону необхідне формування стандартів оцінки, що дозволить вірно тлумачити певні поняття та уникнути помилок при застосуванні норм, які в них містяться.

Дана тема є актуальною, оскільки загибель людей або людини є наслідком майже всіх злочинів, передбачених Особливою частиною Кримінального кодексу України. А так, як життя людини є найвищою цінністю, то дана тема має важливе значення і визначення такого поняття як «загибель людей» є необхідним.

Слід зазначити, що окремим питанням, що відносяться до проблеми визначення зазначених понять вже приділялась увага в працях М.І. Бажанова, П.П. Андрушко, А.А. Стрижевської, О.О. Дудорова, М.І. Мельника, С.І Селецького, Н.І Панова, І.В. Хохлової, О.П. Шем'якова, А.В. Савченко, О.А. Чувакова, А.В. Загики, Ю. Мантуляка. Однак, існуючі дослідження мають фрагментарний характер, тобто в тій чи іншій частині торкаються питання, пов'язаного із конкретизацією поняття, дослідженню якого присвячена ця робота.

Аналіз статей Особливої частини Кримінального кодексу України дозволяє зробити висновок, що коли законодавець встановлює кримінальну

відповідальність за спричинення смерті одній особі, він використовує термінологічні звороти – “загибель потерпілого” (ч.1 ст.415 КК), “смерть потерпілого (потерпілої)” (ч.2 ст.121, ч.2 ст.134, ч.2 ст.286, ч.3 ст.314, ч.2 ст.414 КК), “смерть особи” (ч.3 ст.135), “смерть хворого” (ч.2 ст.139 КК), “смерть неповнолітнього” (ч.2 ст.137 КК) [1].

Необхідно зазначити, що з точки зору правил філології під зазначеними вище поняттями необхідно розуміти спричинення смерті однієї людині.

Серед вчених, які займаються дослідженням зазначених категорії, немає розбіжності стосовно тлумачення цих понять, а саме застосування норм, які передбачають настання зазначених наслідки, можливе при настанні смерті однієї людини.

В окремих статтях кримінального закону використовуються поняття «загибель людей» або «загибель кількох осіб». Якщо поміркувати та дати визначення цим поняттям, можна зробити висновок що вони є синонімами.

З точки зору правил філології під зазначеними вище поняттями необхідно розуміти спричинення смерті двом або більше особам, у зв’язку з тим, що ці поняття використовуються у множині. Але, в цьому випадку, серед вчених, які займаються дослідженнями зазначених категорій, немає єдності думок стосовно тлумачення зазначених понять.

Наприклад, на думку С.І. Селецького під зазначеними вище поняттями необхідно розуміти загибель хоча б однієї людини [2, 121]. М.І. Мельник вважає, що поняття “загибель людей”, охоплює випадки, коли вчинене діяння, внаслідок якого сталася смерть хоча б однієї особи [3, 188]. А.В. Савченко вважає, що зазначені поняття охоплюють смерть однієї або кількох осіб [4, 441].

Виходячи з вище наведеного, юридичне визначення поняття загибелі людей не співпадає з поняттям даного терміну з точку зору філології.

Варто зазначити, що в кримінальному законі філологічне та правове значення понять та термінів повинно збігатися, щоб уникнути колізій та незрозумілих термінів в цих галузях науки.

Виходячи з визначень даного терміну різних науковців та зі змісту норм Кримінального кодексу України «загибель людей» вживається у множині, тому можна говорити про загибель не однієї людини, а саме кількох осіб.

Також слід зазначити, що термін «загибель людей» в кримінальному законі вживається в сукупності з терміном «інші тяжкі наслідки» (ч.3 ст.110, ч.5 ст.260, ч.2 ст.272, ч.3 ст.278, ч.3 ст.279, ч.3 ст.414 КК) [1].

Проаналізувавши наукові праці різних авторів, можна вважати, що до інших тяжких наслідків відносять смерть хоча б однієї особи, значні втрати здоров’я, спричинення фізичної шкоди та тілесні ушкодження різної тяжкості.

Так, на думку М. І. Бажанова під поняттям “тяжкі наслідки” слід розуміти спричинення лише фізичної шкоди, а саме смерть потерпілого, тяжка хвороба тощо [5, 59]. На думку П.П. Андрушко поняття “тяжкі наслідки” охоплюють спричинення фізичної шкоди, а саме смерть потерпілого, тривалий розлад його здоров’я чи стійку втрату ним працездатності не менш як на одну третину [6, 328]. А.А. Стрижевська зазначає, що тяжкими наслідками потрібно вважати

заподіяння потерпілому тяжких тілесних ушкоджень або смерті, доведення його до самогубства,спричинення матеріальних збитків, які у двісті п'ятдесят і більше разів перевищує неоподатковуваний мінімум доходів громадян, розвал діяльності підприємства, установи,організації, їх банкрутство, створення аварійної ситуації, що потягла людські жертви тощо [5, 1217].

На підставі вище сказаного, можна зробити висновок, що під поняттям «тяжкі наслідки» необхідно розуміти спричинення як фізичної, так і матеріальної шкоди. До фізичної шкоди необхідно віднести: смерть потерпілого, тяжку хворобу, заподіяння потерпілому тяжкого тілесного ушкодження, самогубство чи тяжка хвороба його близьких родичів, тощо. Під поняттям «загибель людей» слід розуміти смерть кількох осіб, тобто двох і більше.

Література

1. Кримінальний кодекс України. – Х.: ТОВ «Одіссей», 2010. – 224 с.
2. Кримінальне прав України. Особлива частина: навчальний посібник / Селецький С. І. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 504 с.
3. Науково-практичний коментар Кримінального кодексу України / М.І. Мельник, М.І. Хавронюк. – К.: Атіка, 2003. – 1056 с.
4. Сучасне кримінальне право України: курс лекцій / Савченко А.В., Кузнєцов В.В., Штанько О.Ф. – К.: Вид. ПАЛИВОДА А. В., 2005. – 640 с.
5. Кримінальне право України. Особлива частина / Бажанов М.І., Сташис В.В., Тацій В.Я. – К.: Юринком Інтер – Право, 2002 р. – 494 с.
6. Науково-практичний коментар до Кримінального кодексу України (2е вид., перероб. та доп.) / Андрушко П.П., Гончаренко В.Г., Фесенко Є.В. – К.: Дакор, 2008. – 1428 с.

**Гажемон Наталія**
студентка 3 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер: к.ю.н., доц. Синєокий О.В.

## ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ХАБАРНИЦТВА В КРИМІНАЛЬНОМУ ПРАВІ

Актуальність цієї статті полягає в тому, що протягом останніх років боротьба з хабарництвом стала одним з головних напрямів діяльності правоохоронних органів та інших органів державної влади, і без належної теоретичної розробки даної проблематики така діяльність буде малоефективною.

Як засвідчує аналіз спеціальної юридичної літератури, нормативно-правової бази і практики її застосування, питанню кримінально-правової характеристики хабарництва завжди приділялась підвищена увага з боку науковців, законодавців та практиків.

Однак, не зважаючи на дослідження даної проблематики як вітчизняними так і зарубіжними вченими, деякі аспекти хабарництва залишились не розкритими, або такими, які досліджені не повністю.

Питання хабарництва піднімалось в роботах вчених як радянської доби, так і в сучасних наукових дослідженнях. Серед сучасних розробок науковців, варто відмітити роботи Гіди О.Ф., Джужи О.М., Дудорова О.О., Закалюка А.П., Камлика М.І., Коваленка, В.В. Користіна О.Є., Мельника М.І., Таранухи В.П., Тарасюк І.В., Хавронюка М.І., Шакуна В.І..

Як на нашу думку вірно зазначає О.Х. Качмазов, хоча між одержанням і дачею хабара існує тісний зв'язок, вони є самостійними складами злочинів, оскільки мають по відношенню один до одного, особливі, притаманні тільки для них ознаки. Зокрема, один лише факт їх відмінності за суб'єктом не дає права розглядати ці склади як єдиний злочин [1, 30].

Така позиція находить своє відображення в чинному Кримінальному кодексі України (далі КК), де законодавець виділяє в окремі статті відповідальність за одержання (ст. 368 КК) та давання хабара (ст. 369 КК), тим самим підкреслюючи самостійність вказаних складів злочину.

М.І. Мельник під хабарництвом розуміє одну з найбільш небезпечних форм корупції, що є використанням службовими особами в особистих або вузько групових інтересах службових повноважень, пов'язаних з ними авторитету та можливостей [2, 25]. На нашу думку, дане визначення є вдалим у тому сенсі, що воно вказує на безпосередній зв'язок між хабарництвом та корупцією, але з іншого боку не зазначається, які саме склади злочинів охоплюються цим поняттям. Варто частково погодитись із наступним визначенням М.І. Мельника, який обґрунтовано вважає, що хабарництво можна визначити як сукупність кримінально-караних діянь, вчинення яких безпосередньо пов'язано з даванням-одержанням хабара [2, 26]. Аналізуючи вказані визначення хабарництва, можна вказати на певні їх протиріччя. Так, М.І. Мельник вказує, що даним поняттям охоплюються такі злочини як давання та одержання хабара, а потім наголошує на тому, що до хабарництва, як до родового поняття, входить ще і провокація хабара.

На нашу думку, більш вдалою є остання позиція, згідно з якою до поняття хабарництва, крім одержання та давання хабара, як окремих складів злочину, потрібно включати і провокацію хабара але як злочин, що примикає до даного поняття.

Численні зміни у кримінальному процесі не мають системного характеру. Органи влади, що мають повноваження проводити дізнання, слідство та застосовувати запобіжні заходи, створені як механізм переслідування і репресій. Вони не трансформовані в інститут захисту і відновлення порушених прав осіб. Довіра суспільства до них є гранично низькою, такою, що не забезпечує ефективності роботи. Тому вимоги Президента України Віктора Януковича про те, що хабарництво і корупцію необхідно викорінювати і запропонований ним закон«Про засади запобігання і протидії корупції», створює надійне підґрунтя для посилення боротьби з цим «злом» [3]. Закон на думку учених-юристів, передбачає впровадження дієвих механізмів для запобігання виникненню корупції усунення причин та умов, які її породжують.

Наша позиція з даного питання полягає в наступному: одержання службовою особою не передбаченої законом винагороди за виконання чи

невиконання в інтересах того, хто дає хабар, або в інтересах третьої особи, будь-якої визначеної дії, чи як оплата – подяка за уже вчинене, – це лише різновиди хабарництва як одного з проявів корупції. У поведінці службової особи, що приймає матеріальну винагороду, навіть не обумовленій попередньою домовленістю за вже зроблену дію чи бездіяльність по службі, містяться всі необхідні елементи складу одержання хабара, тому що в діях особи, що передає цю винагороду, – склад давання хабара.

При цьому слід мати на увазі, що до представників влади належать, зокрема, працівники державних органів та їх апарату, які наділені правом у межах своєї компетенції ставити вимоги, а також приймати рішення, обов'язкові для виконання фізичними і юридичними особами незалежно від їх відомчої належності чи підлеглості.

Особа є службовою не тільки тоді, коли вона здійснює відповідні функції чи виконує обов'язки постійно, а й тоді, коли вона робить це тимчасово або за спеціальним повноваженням, за умови, що зазначені функції чи обов'язки покладені на неї правомочним органом або правомочною службовою особою.

До категорії посад державних службовців, перелік яких надано у ч. 2 ст. 9 і ст. 25 Закону від 16 грудня 1993р. «Про державну службу», Кабінету Міністрів України надано право за погодженням з відповідними державними органами відносити й інші посади. Тому в кожному такому випадку суди мають перевіряти наявність акту Кабінету Міністрів України про віднесення особи, яка притягається, до категорії державних службовців».

З об'єктивної сторони розглянутий злочин виражається в одержанні службовою особою або через посередника хабара за виконання чи невиконання в інтересах того, хто дає хабар, або в інтересах третьої особи будь-яких дій, якщо до таких дій входять службові повноваження службової особи, вона в силу службового положення може сприяти таким діям, а рівно за загальне заступництво по службі.

Таким чином, хабар може мати характер підкупу (підкуп – це надання або обіцянка надання особі матеріальної (надання грошей або майна, передача чи збереження прав на майно, звільнення від майнових зобов'язань) або іншої (допомога у працевлаштуванні, вирішення певних життєвих проблем, звільнення від кримінальної відповідальності тощо) вигоди у разі вчинення цього злочину), коли сам факт передачі винагороди (чи домовленості про неї) зумовлює відповідну поведінку (виконання чи невиконання) службової особи, але може бути й незаконною матеріальною подякою – винагородою за уже вчинене, хоча ніякої домовленості про цю винагороду не було та її одержувач здійснював службову дію чи бездіяльність, не розраховуючи на наступну винагороду.

Службове положення суб'єкта визначає не тільки його юридичні можливості, пов'язані з колом прав і обов'язків на займаних ним посадах, але й фактичні можливості, що випливають з авторитету займаної посади в державному органі, органі місцевого самоврядування, а також зі службових зв'язків службової особи. Користуючись ними, службова особа може за винагороду вплинути, так чи інакше сприяти здійсненню (нездійсненню)

вигідної для хабародавця дії іншою службовою особою, можливо нічого не знаючої про цю винагороду, а також уплинути на іншу службову особу, що находиться від нього у певній залежності (наприклад, начальник податкової інспекції стосовно службової особи торгової організації, що перевіряється ним).

Крім того, стосовно до розглянутого випадку треба мати на увазі роз'яснення, що міститься в п. 2 постанови Пленуму ВСУ № 5, де вказується: «Відповідальність за одержання хабара настає лише за умови, що службова особа одержала його за виконання чи невиконання таких дій, які вона могла чи повинна була виконати з використанням наданої їй влади, покладених на неї організаційно-розпорядчих чи адміністративно-господарських обов'язків, або таких дій, на які вона не була уповноважена, але до вчинення яких іншими службовими особами могла вжити заходів завдяки своєму службовому становищу.

Звичайно, особисті зв'язки між службовими особами часто зав'язуються з урахуванням займаного сьогодні й у майбутньому положення.

Однак використання таких зв'язків усе-таки не стосується службової діяльності суб'єкта. Із усього розмаїття способів давання-одержання хабара дослідники-правознавці виділяють дві основні форми: просту і завуальовану. Проста полягає у безпосередньому врученні предмета хабара службовій особі, її рідним чи близьким, передача його через посередника або третіх осіб.

Сутність завуальованої форми полягає у тому, що факт давання-одержання хабара маскується у зовні законну угоду і має вигляд цілком законної операції: різні виплати, премії, погашення боргу, договору купівлі-продажу, кредиту, консультації, експертизи тощо. Така винагорода кваліфікується як хабарництво у випадку, коли вона надавалася – одержувалася незаконно (виплата коштів була безпідставною, речі чи нерухомість передавались за ціною, явно нижчою від реальної, оплата послуг була нееквівалентною тощо) [4]. На це ж саме, у своїй постанові, вказав і п. 8 постанови Пленуму ВСУ № 5 «Судам слід мати на увазі, що хабар може даватись та одержуватись і в завуальованій формі – під виглядом укладення законної угоди, безпідставного нарахування і виплати заробітної плати або премії, нееквівалентної оплати послуг різного характеру (консультації, експертизи тощо)».

В аналізованій ситуації до таких дій можна віднести, наприклад, передачу службовою особою хабародавцю чи посереднику номера свого банківського рахунка. У тому випадку, якщо на ім'я службової особи відкривається новий банківський рахунок з перерахуванням на нього певної грошової суми, момент закінчення злочину буде пов'язаний із прийняттям службовою особою документів на цей рахунок.

Для кваліфікації одержання хабара важливе визначення моменту закінчення злочину.

Склад сконструйований за типом формального, тому одержання хабара вважається закінченим злочином з моменту прийняття службовою особою хабара за виконання чи невиконання в інтересах того, хто дає хабар, або в інтересах третьої особи будь-якої дії з використанням наданої їй влади або службового становища.

Кримінально-правова теорія і практика визнають, що одержання хабара буде юридично закінчено в момент прийняття хоча б частини хабара, якщо винагорода передавалася вроздріб. Цей момент порівняно легко визначити, коли у якості предмета хабара передаються гроші чи будь-яке інше рухоме майно і передача здійснюється безпосередньо з рук у руки. Значно складніше вирішити дану проблему, коли предметом хабара є різні вигоди майнового характеру. Однак, маючи на увазі розмаїття предметів хабара у виді вигод майнового характеру, найчастіше неможливо точно установити момент прийняття службовою особою хабара у цих випадках.

Коли хабар представляється у виді відповідної послуги, злочин, на нашу думку, закінчено у момент початку користування цією послугою. Але в будь-якому випадку повинен бути встановлений конкретизований факт не тільки надання, але й прийняття службовою особою подібної вигоди майнового характеру.

Можливі пропозиції чи вимоги з боку службової особи дати хабар, передати його через посередників, переговори щодо термінів, розміру і порядку сплати винагороди – усе це попередня злочинна діяльність службової особи у відповідності зі ст. 15 КК. Ряд учених висловлюють судження, що одержання хабара варто вважати закінченим злочином не з моменту його прийняття, а з моменту виконання в зв’язку з ним дії з використанням службового становища [5]. На думку Б.В. Волженкіна, ця точка зору суперечить законодавчій конструкції складу, усе вчинене службовою особою за одержання винагороди повинне бути піддано правовому аналізу і, якщо незаконні дії службової особи містять ознаки якого-небудь злочину, вони повинні одержати самостійну оцінку.

На основі проведеного дослідження можна зробити такі висновки:

1) до поняття хабарництва, крім одержання та давання хабара, як окремих складів злочину, потрібно включати і провокацію хабара але як злочин, що примикає до даного поняття;
2) хабар може мати характер підкупу або іншої вигоди, коли сам факт передачі винагороди зумовлює відповідну поведінку службової особи, але може бути й незаконною матеріальною подякою – винагородою за уже вчинене, хоча ніякої домовленості про цю винагороду не було та її одержувач здійснював службову дію чи бездіяльність, не розраховуючи на наступну винагороду;
3) одержання хабара варто вважати закінченим злочином з моменту виконання в зв’язку з ним дії з використанням службового становища.

Література

1. Качмазов О. Х. Ответственность за взяточничество по Российскому уголовному праву/ Качмазов О. Х. ; науч. ред. А. И. Рарог ; Владикавказский институт управления. — Владикавказ: Иристон, 2000. — 214 с.
2. Мельник М.І. Хабарництво: загальна характеристика, проблеми кваліфікації, удосконалення законодавства/ Мельник М.І.—К.:Парламентське вид-во, 2000. — 256 с.

3. Закон України «Про засади запобігання і протидії корупції» 7 квітня 2011 року № 3206-VI.
4. Волженкин Б.В. Комментарий к ст. 290 УК РФ в кн. комментарий к УК РФ/ Под общ. ред. В.И. Падченко и А.С. Махлина. – М.: Наука, 2000. – 560 с.
5. Здравомыслов Б.В. Должностные преступления. Понятие и квалификация. – М.: Юристъ, 1975. – 456 с.

**Гайдук Дмитро**
студент 1 курсу Економіко-правничого коледжу ЗНУ
Наук. кер.: Гавриш Д.А.

## ДЕВІАНТНА ПОВЕДІНКА: ПРАВОЗНАВЧИЙ ПОГЛЯД

Тема дослідження дуже актуальна в наш час, тому що багато сімей своїми відносинами між собою скоюють дуже жорстокі вчинки, що призводять до поганих наслідків, які можуть тягти за собою кримінальну відповідальність.

- Девіантна поведінка – це система вчинків, що відхиляються від загальноприйнятої або такої, що мається на увазі норми (психічне здоров'я, права, культура, мораль);
- поведінка, що відхиляється від норм психічного здоров'я, має на увазі наявність явної або прихованої психопатології ;
- поведінка антисоціальна, така, що порушує якісь соціальні і культурні норми, особливо правові .

Наприкінці XIX і початку XX століття були поширені біологічні і психологічні трактування причин девіації. Італійський лікар Цезаре Ломброзо вважав, що існує прямий зв'язок між злочинною поведінкою і біологічними особливостями людини. Особливе значення він додавав рисам обличчя. Американський лікар і психолог Вільям Шелдон підкреслював важливість будови тіла. Прихильники психологічного трактування пов'язували девіацію з психологічними рисами (нестійкістю психіки, порушенням психологічної рівноваги і т. п.).

Поняття девіації у соціологічну систему ввів французький соціолог Еміль Дюркгейм, вивчаючи такий вид девіантної поведінки, як самогубство. Проявами цього типу поведінки є правопорушення, злочини, наркоманія, проституція, алкоголізм тощо.

Е. Дюркгейм вважав девіацію настільки ж природною, як і конформізм. Більш того, відхилення від норм несе не тільки негативний, але і позитивний початок. Девіація підтверджує роль норм, цінностей, дає більш повне уявлення про різноманіття норм. Реакція суспільства, соціальних груп на девіантну поведінку уточнює межі соціальних норм, зміцнює і забезпечує соціальну єдність. І, нарешті, девіація сприяє соціальній зміні, розкриває альтернативу існуючому, веде до удосконалювання соціальних норм**.**

Мета дослідження полягає у спробі дослідити вплив сімейних сварок на формування особистості дитини, та дослідити як саме такі стосунки впливають на подальшу долю дитини, та розглянути методи профілактичної роботи, до зруйнованої психіки як дитини, так і самих батьків.

Ми можемо виокремити такі різновиди девіантної поведінки:

1. Протиправна поведінка − така поведінка особистості, яка порушує встановлені суспільством та закріплені в нормативних документах юридичні норми і об'єктивно наносить шкоду окремим людям, спільнотам, установам, суспільству в цілому.

2. Суїцидальна поведінка. Суїцид (самогубство) − свідоме усунення себе з життя під впливом гострих психотравмуючих ситуацій, за яких власне життя як вища цінність втрачає сенс.

Можна виділити: ритуальні самогубства − усунення себе з життя відповідно до релігійної або культурної традиції; героїчні (альтруїстичні) самогубства – жертвування собою заради інших людей або надцінної ідей; самогубство як реакцію на нездоланну життєву ситуацію.

Останнім часом, великий вплив на психіку і поведінку дітей мають засоби масової інформації. Експериментально доведено, що діти, які часто дивляться передачі з елементами насильства, стають більш неврівноваженими і агресивними. Більше того, вони починають сприймати насильство, як нормальне явище.

Родиною з алкогольною та наркотичною проблемами називають таку родину, в якій хоча б одна особа п'є або вживає наркотики так, що завдає шкоди іншим. Це здебільшого стосується сімей, де хтось є залежним від алкоголю або наркотиків. Ці особи деструктивно викликають для навколишніх людей життєві, емоційні та фінансові проблеми, внаслідок чого вся родина бореться з "проблемами" в широкому розумінні. Можна сказати, що ці проблеми стосуються не лише того, хто п'є чи вживає наркотики, бо ніхто не живе в суспільному вакуумі. Ця проблема стосується всіх людей близько пов'язаних з алкоголіком або наркоманом: тих, хто його кохає і про нього турбується, хто якось від нього залежить, живе з ним у якійсь спільності.

В результаті роботи ми прийшли до наступних висновків:

— по-перше, держава неохоче займається врегулюванням проблеми підліткової девіації;

— по-друге, дуже мало закладів в Україні, які б займалися реабілітацією родинних стосунків у проблемних сім’ях;

— по-третє, потрібно видати певні закони, які б регулювали міру більш жорстких покарань, для осіб, які завдають моральної та фізичної шкоди своїм близьким.

**Галайда Ксенія**
студентка 3 курсу юридичного фак-ту
Наук.кер.: к.ю.н., доц. Синєокий О.В.

## УХИЛЕННЯ ВІД СПЛАТИ ПОДАТКІВ ЯК ДЖЕРЕЛО ЗЛОЧИННИХ ДОХОДІВ: ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

У системі ринкових відносин таке явище як ухилення від сплати податків трапляється дуже часто. В Україні ухилення від сплати податків набуло особливої популярності і в окремих випадках стало нормою ведення бізнесу.

Проблема боротьби з податковими злочинами, що є джерелом злочинних доходів, актуальна у всіх економічно розвинених державах. Для її вирішення застосовуються як заходи економічного характеру, так і кримінально-правові засоби дії. З метою забезпечення ефективної роботи з виявлення і розкриття злочинів у сфері оподаткування важливо враховувати позитивний досвід і ефективні методи розслідування аналогічних злочинів, напрацьовані правоохоронними органами зарубіжних країн.

Зазначена тематика досліджувалася багатьма авторами як у монографічних роботах, так і у публікаціях в періодичних виданнях. Найбільш ширше тема «Ухилення від сплати податків, зборів (обов'язкових платежів)» розкрита в редакціях Сашихіна Т. Ю., Тупанчевскі Н.В., Высоцкого М. А., Костенко О.М., Останіна В.О., Елинського А.В., Андрушка П.П., Вересова В.М., Вороб'я П.А., Гуторової Н.О., Дудорова О.О., Кураш Я.М, Лисенка В.В., Навроцького В.О., Перепелиці О.І., Сухова Ю.М. та інших вчених. Кримінологічним аспектам боротьби з податковою злочинністю присвятили свої праці, зокрема, такі науковці, як В.О. Білецький, П-Т. Гега, В.М. Гринчак, Д.І. Голосниченко, А.Є. Гутник, В.В. Молодик, В.М Попович.

Однак багато аспектів боротьби з податковою злочинністю залишаються дослідженими не в повному обсязі або фрагментарно. Позиції науковців, які досліджували цю проблему, у ряді випадків є суперечливими та непослідовними. Невирішеність деяких практичних питань перешкоджає неупередженому висвітленню конкретних подій та їх кваліфікованій інтерпретації.

У деяких країнах поняття «Податкове ухилення» (tax evasion) на законодавчому рівні не розкривається. Передбачається, що таке має місце, якщо платник податків не здійснює ті дії, які він зобов'язаний зробити відповідно до податкового законодавства [1, 264].

Наприклад, в Гонконзі першим обов'язком кожного платника податків є подача достовірних податкових декларацій до Департаменту внутрішніх доходів. Цей обов'язок закріплений в Ордонансе «Про внутрішній дохід». Проте в нім поняття «Податкове ухилення» не розкрите. У зв'язку з чим Департамент внутрішніх доходів офіційно роз'яснив платникам (п. 2 Повідомлення по інтерпретації і практиці, березень 1999 року) податків, що ухилення від сплати податків включає: навмисну неподачу податкової декларації, заниження доходу або необґрунтована вимога вирахувань унаслідок ігнорування податкових зобов'язань (навіть без наміру занизити оподатковуваний дохід) [2, 146]. Загальним для всіх цих форм і способів є те, що даний злочин, як правило, скоюється за допомогою обману або залишення в невіданні податкових органів.

У Германії кримінальна відповідальність за ухилення від сплати податків передбачена Положенням про податки і платежі від 16 березня 1977 р. (у розділі 1 частини 8 фактично містяться норми матеріального кримінального права, оскільки йдеться про податкових злочинах). У §369 (ч.2) Положення визначено, що стосовно податкових злочинів діють загальні норми кримінального права, якщо нормами податкових законів не передбачене інше.

Згідно §370 злочинними визнаються наступні дії: вистава в податкові органи недостовірних або неповних відомостей про факти, що відносяться до податків; непредставлення інформації, необхідної для оподаткування; необґрунтоване здобуття податкових пільг [3, 89].

За законодавством Канади порушення податкового законодавства набувають кримінального характеру у разі, коли вони зв'язані з обманом податкового відомства за допомогою умисного спотворення відомостей, необхідних для оподаткування (фактично тут має місце податкове шахрайство). Як кваліфікуюча ознака визначена наявність змови з будь-якими особами про ухилення від сплати податків [4, 112]

Комплексний підхід при встановленні кримінально-правових заборон у сфері оподаткування використаний в Китаї. У §6 «Злочину проти порядку збору податків» КК цієї держави міститься цілий ряд статей, що передбачають кримінальну відповідальність за податкові злочини. Ст. 201 КК так визначає ці злочинні діяння: несплата або недоплата підмета сплаті податку платником податків шляхом підробки, переробки, приховування, самовільного знищення книг рахунків, ваучерів, завищення відомостей про витрати, заниження відомостей про доходи, відмова від декларування або фіктивне декларування сплати податків після повідомлення податкових органів про декларування, якщо сума несплаченого податку склала 10% і більш, але менше 30% від підмета сплаті податку і десять тисяч і більш, але менше ста тисяч юанів, або ухилення від сплати податку після повторного адміністративного покарання, винесеного податковими органами. Ст. 202 КК передбачає покарання за заборгованість по підмету сплаті податку шляхом переміщення або приховування власності, якщо це привело до неможливості стягування заборгованості по сплаті податку і якщо сума склала від десяти до ста тисяч юанів. Відповідно до ст. 204 КК злочином визнається здобуття обманним шляхом поверненого державою податку на експорт за допомогою помилкового декларування експорту або іншими обманними способами [5, 115].

У Македонії ст. 279 УК (глава 25 «Злочинів у сфері суспільних фінансів, платіжного звороту і народного господарства») передбачає покарання для особи, яка «з наміром самостійний або кому-небудь іншому повністю або частково відхилиться від сплати податків, внесків або якого-небудь іншого встановленого законом обов'язкового платежу уявляє спотворені дані про свої доходи, предмети або інші факти, що впливають на встановлення суми даних платежів, або хто з тим же наміром в разі обов'язкової вистави не вказує дохід, предмет або інший факт, що впливає на встановлення суми даних платежів, приховуючи дохід в крупних розмірах» [3, 89].

У США на федеральному рівні відповідальність за податкові злочини передбачена законодавством, що кодифікує в розділі 26 Звіду законів країни. Відповідальність за ухилення від сплати податків на користь штатів і місцевих податків регулюються відповідними законами штатів Федеральним законодавством злочинними діяннями визнаються: несплата податку (§7201); навмисний пропуск збору і сплати податку (§7202), ухилення від сплати податку за допомогою обману, помилкової заяви, надання недостовірній

декларації (§§7204, 7206, 7207). Остання група дій відноситься до категорії найбільш тяжких податкових злочинів – фелоній, тому карається тюремним ув'язненням строком до п'яти років [6, 24].

За законодавством Канади порушення податкового законодавства набувають кримінального характеру у разі, коли вони зв'язані з обманом податкового відомства за допомогою умисного спотворення відомостей, необхідних для оподаткування (фактично тут має місце податкове шахрайство). Як кваліфікуюча ознака визначена наявність змови з будь-якими особами про ухилення від сплати податків [6, 108].

Вивчення теоретичних розробок і законодавства інших держав в даної області дозволяє збагатити цікавим зарубіжним досвідом сталі і звичні вітчизняні знання, а окремі юридичні конструкції можуть бути використані для вдосконалення кримінального законодавства України.

Крім того, доцільним представляється введення нової статті – «Податкове шахрайство». Під це нове для вітчизняного кримінального права поняття підпадали б дії, направлені на обман податкових органів шляхом умисного спотворення відомостей, необхідних для оподаткування. Причому суб'єктами таких дій визнавалися б фізичні особи і організації.

Таким чином, вивчення зарубіжного досвіду показує, що питанням удосконалення діяльності у сфері оподаткування в економічно розвинених країнах приділяється багато уваги.

Література

1. Пепеляєва С.Г. Податкове право: Підручник / С.Г. Пепеляева. – М. : МАУП, 2006. – 589 с.
2. Шепенко Р.А. Налоговое право Гонконга / Р.А. Шепенко. – М.: Вузовская книга, 2003. – 440 с.
3. Кучеров И.И. Налоговое право зарубежных стран. Курс лекций / И.И. Кучеров. – М. : АО «Центр ЮрИнформ», 2003. – 314 с.
4. Тупанчески Н.Р. Уклонение от уплаты налогов в сравнительном праве / Под ред. проф. В.С. Комисарова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, Закон и право, 2001. – 246 с.
5. Козырин А.Н. Налоговые преступления и проступки: опыт зарубежных стран / А.Н. Козырин // Налоговый вестник. – 2009. -№8. С. 115
6. Кучеров И.И. Налоги и криминал: историко-правовой анализ / И.И. Кучеров. – М.: Волтерс Клувер, 2008. – 562 с.

**Германюк Маргарита**
аспірантка юридичного фак-ту
Наук. кер.: д.ю.н., професор, Коломоєць Т.О.

## УЗАГАЛЬНЕНИЙ АНАЛІЗ ЗАКОНОДАВСТВА КРАЇН КОЛИШНЬОГО СРСР В АСПЕКТІ НОРМАТИВНОЇ ФІКСАЦІЇ ПРИНЦИПІВ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ

У зв'язку з особливістю державної служби як комплексного правового утворення виникає потреба у детальному дослідженні принципів державної служби в зарубіжних державах – їх законодавчого закріплення, особливостей

застосування, проблем реалізації, – для визначення пріоритетних напрямів реформування підгалузі державної служби із можливістю визначення передумов використання досвіду зарубіжних держав, зокрема держав колишнього СРСР у регулюванні цього питання.

Принципи державної служби в пострадянських країнах є досить схожими між собою та одноманітними за своїм змістом. Так, відповідно до ст. 3 Закону Російської Федерації «Про систему державної служби Російської Федерації» основними принципами побудови та функціонування системи державної служби є: федералізм, що забезпечує єдність системи державної служби та дотримання конституційного розмежування предметів ведення і повноважень між федеральними органами державної влади та органами державної влади суб'єктів Російської Федерації; законність; пріоритет прав і свобод людини і громадянина, їх безпосередня дія, обов'язковість їх визнання, дотримання та захисту; рівний доступ громадян до державної служби; єдність правових і організаційних основ державної служби, яка передбачає законодавче закріплення єдиного підходу до організації державної служби; взаємозв'язок державної служби і муніципальної служби; відкритість державної служби та її доступність громадському контролю, об'єктивне інформування суспільства про діяльність державних службовців; професіоналізм і компетентність державних службовців; захист державних службовців від неправомірного втручання в їх професійну службову діяльність як державних органів і посадових осіб, так і фізичних і юридичних осіб [1]. Як бачимо, вказаний перелік принципів є досить змістовним та широким, фактично в цю систему основних керівних ідей входять і засадничі, і організаційні, і процедурні принципи державної служби.

Відповідно до ст. 6 Закону Республіки Білорусь від 14 червня 2003 року «Про державну службу в Республіці Білорусь», принципами державної служби є: верховенство Конституції Республіки Білорусь; служіння народу Білорусії; законність; пріоритет прав і свобод людини і громадянина, гарантії їх реалізації; гуманізм і соціальна справедливість;єдність системи державної служби та її диференціація виходячи з концепції поділу влади на законодавчу, виконавчу і судову; гласність; професіоналізм і компетентність державних службовців;підконтрольність та підзвітність державних службовців, персональна відповідальність за невиконання або неналежне виконання ними своїх службових обов'язків;добровільність вступу громадян на державну службу; рівний доступ громадян до будь-яких посад у державній службі та просування по державній службі відповідно до їх здібностей, професійних знань та освіти; стабільність державної служби з метою забезпечення наступності влади; економічна, соціальна та правова захищеність державних службовців [2].

У свою чергу, відповідно до ст. 3 Закону Республіки Казахстан від 23 липня 1999 року «Про державну службу» [3], принципами державної служби є: законність; казахстанський патріотизм; єдність системи державної служби, незалежно від поділу державної влади на законодавчу, виконавчу і судову гілки; пріоритет прав, свобод і законних інтересів громадян перед інтересами держави; загальнодоступність, тобто рівне право громадян республіки на

доступ до державної служби та просування по державній службі відповідно до своїх здібностей і професійної підготовки; добровільність вступу громадян на державну службу; професіоналізм та компетентність державних службовців; рівна оплата праці за виконання рівнозначної роботи; обов'язковість виконання рішень, прийнятих вищестоящими державними органами і посадовими особами в межах їх повноважень, для підлеглих державних службовців та службовців нижчих державних органів; підконтрольність та підзвітність державних службовців; врахування громадської думки і гласність, за винятком діяльності, що становить державні секрети або іншу охоронювану законом таємницю; правова і соціальна захищеність державних службовців; заохочення державних службовців за сумлінне, ініціативне виконання посадових обов'язків, виконання завдань особливої важливості і складності; особиста відповідальність за невиконання або неналежне виконання державним службовцем посадових обов'язків і перевищення ним своїх повноважень; безперервність підвищення кваліфікації державних службовців [3].

Розглядаючи законодавство про державну службу Республіки Вірменія, слід звернутися до Закону від 04 грудня 2002 року «Про державну службу в апараті Національних зборів Республіки Вірменія», в якому закріплюються наступні принципи державної служби: верховенство Конституції, законів Республіки Вірменія, пріоритет прав і свобод людини і громадянина; стабільність державної служби в Апараті; єдність основних вимог, що пред'являються до державних службовців Апарату і рівноправність державних службовців перед законом; гласність державної служби в Апараті; політкоректність державних службовців Апарату; професіоналізм державних службовців Апарату; правова і соціальна захищеність державних службовців Апарату; відповідальність державних службовців Апарату за невиконання або неналежне виконання ними своїх службових обов'язків; підконтрольність і підзвітність діяльності державних службовців Апарату [4].

Розглядаючи принципи державної служби в пострадянських державах, можемо звернути увагу на їх однотипність та повторюваність під час фіксації у відповідних нормативно-правових актів тієї чи іншої держави (хоча деякі і відрізняються різним формулюванням, проте є однаковими або тотожними за своїм змістовним наповненням), що пояснюється схожими умовами формування та функціонування державної служби як правового утворення в цих державах. Позитивним, в аспекті запозичення, варто визнати доволі ґрунтовну регламентацію вказаних принципів в законодавстві із чітким окресленням переліку засад державної служби в межах однієї статті нормативно-правового акту.

Література

1. Про систему державної служби Російської Федерації: Закон Російської Федерації від 27 травня 2003 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.consultant.ru/popular/gossluzh/.
2. Про державну службу в Республіці Білорусь: Закон Республіки Білорусь від 14 червня 2003 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=h10300204&p2={NRPA}.

3. Про державну службу: Закон Республіки Казахстан від 23 липня 1999 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pavlodar.com/zakon/?dok=00083&ogl=all.
4. Про державну службу в апараті Національних зборів Республіки Вірменія: Закон Республіки Вірменія від 04 грудня 2002 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1333&lang=rus.

**Данилюк Карина**
слухач магістратури юридичного фак-ту
Наук. кер.: д.ю.н., професор Коломоєць Т.О.

## ПРАВОВА ПРИРОДА ГОСПОДАРСЬКИХ СУДІВ ТА ЇХ МІСЦЕ В СУДОВІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

Судова форма захисту є однією з гарантій прав і свобод громадянина, передбачених Конституцією України. Судовим органом, який повинен розв'язувати господарські спори між юридичними особами — суб'єктами господарської діяльності, став господарський суд.

Утворення системи господарських судів відображає процес становлення в Україні незалежної судової влади. В Україні сформовано систему господарських судів, і це зумовило необхідність теоретичного усвідомлення діяльності цих судів та практики реалізації господарського процесуального законодавства.

Здійснюючи судочинство в господарських відносинах, господарські суди як спеціалізована ланка судової системи України покликані не лише розглядати справи у спорах із метою захисту прав та інтересів учасників господарських правовідносин, що охороняються законом, а й сприяти зміцненню законності в господарських правовідносинах. Тому цілком природно, що господарські суди відіграють значну роль у системі інститутів судової влади [1].

Питання господарського судочинства досліджували такі вчені як Т. Абова, С. Васильев, Д. Притика, Е. Харитонова та інші.

У працях про правову природу господарських (арбітражних) судів містяться досить суперечливі думки щодо їх статусу, повноважень, функцій. Так, якщо С. Абрамов, М. Гершенов, М. Ліпецкер, В. Можейко, З. Шкундін вважали державний арбітраж особливим державним органом і не відносили його ні до судів, ні до адміністративних органів, то Т. Абова, І. Ананов, В. Афанас'єв, В. Власов, В. Гребенников, Р. Калістратова, А. Клейман, С. Кочекьян, П. Логвинов, М. Рейхель, С. Студенікін обстоювали думку про те, що арбітраж за своєю природою є органом державного управління адміністративного характеру. Як конституційну гарантію демократизації судової влади розглядають спеціалізовані суди М. Амельченко, В. Анохін, І. Бондаренко, М. Клеандров, В. Савицький, А. Цихоцький.

Система судів формується за принципом територіальності та спеціалізації і є прогресивною формою організації судової системи. Адже спеціалізація судів створює необхідні передумови для рішучих перетворень у напрямі демократизації

судової влади. Передбачаючи створення спеціалізованих судів, у тому числі шляхом розбудови системи суді загальної юрисдикції за принципом не тільки територіальності, а й спеціалізації, Конституція України, крім визнання доцільності формування спеціалізованих судів з різних судових юрисдикцій, зберегла за ними автономію, передбачивши у ст. 125, що вищим судовим органом спеціалізованих судів є відповідний вищий суд [1]. Тому спеціалізовані суди самостійно і в повному обсязі виконують функцію судової влади в межах визначеної для них судової юрисдикції та формують систему судів першої (місцеві суди), апеляційної (апеляційні суди) та вищої (Вищий господарський суд) інстанцій.

Господарські суди посідають особливе місце серед спеціалізованих судів. Правова природа господарського суду вперше була визначена Законом України «Про господарські суди», ст. 1 якого передбачала, що правосуддя в господарських відносинах відповідно до Конституції України здійснюється господарським судом.

Основним завданням господарського суду, що визначають зміст його діяльності, є захист прав і законних інтересів учасників господарських правовідносин [2]; сприяння зміцненню законності у сфері господарських відносин; внесення пропозицій, спрямованих на вдосконалення правового регулювання господарської діяльності.

Правова природа господарського суду досліджується не тільки через його завдання, а й через сутність і зміст господарського суду, які взаємопов’язані. Зміст поняття господарського суду постійно змінюється, розвивається [3]. Відображаючи сутність, зміст категорії господарського суду водночас визначає зміни, що відбуваються в процесі його розвитку. Цей зміст рухливі ший, ніж його сутність, оскільки він зазнає впливу динаміки розвитку суспільства, його потреб, безпосередньо не впливаючи на сутність [3]. Однак сталість змісту стає можливою лише за умови незмінності основних принципів, що становлять і визначають конкретизований зміст сутності. Тому за всієї мінливості окремого, одиночного у змісті зазначеної правової категорії її сутність залишається незмінною.

В Україні спостерігається збільшення кількості суб’єктів підприємницької діяльності, що зумовлює збільшення кількості справ, які розглядаються господарськими судами. Щодо справ за позовами суб’єктів господарської діяльності із Західної Європи, інших країн, то на розгляд господарських судів України їх приходить поки що небагато. Слід погодитися з Д. Притикою, що спілкування з провідними правниками США, членами спілки адвокатів – американцями українського походження, представниками бізнесу США та інших країн (Франція, Італія) переконує: основна причина цього – відсутність інформації про законодавство України, у тому числі про закони, що регулюють діяльність судів [1]. Необхідно враховувати поширеність у суспільстві думки про те, що суди України не є незалежною владою, а виконують лише відведену їм командною системою функцію. Тому на нинішньому етапі держава повинна допомагати Вищому господарському суду та Верховному Суду України у зміцненні їх міжнародного престижу. Слід створити умови для видання не лише

законів, що містять матеріальні норми, а й основних законодавчих актів, що регулюють процедури розгляду спорів у судах, насамперед господарських, рішень господарських судів [1].

Після проведення судово-правової реформи господарський суд набув остаточних рис органу судової влади. Зарубіжний досвід переконує в обґрунтованості такої думки. У Франції, Німеччині та деяких інших європейських країнах ефективно діють комерційні, економічні суди, тобто децентралізовані структури судової влади. В Україні є сприятливі умови для введення саме європейської моделі судоустрою. При цьому необхідно розмежування компетенції між ланками судової влади.

Зміна правової природи юрисдикційного органу, чиєю прерогативою є розв'язання господарських спорів, була зумовлена не тільки потребами переходу до ринкової економіки, а й завданнями побудови правової держави. Розгляд конфліктів у сфері господарювання саме інститутом судової влади однаковою мірою спричинявся як економічними інтересами, так і інтересами зміцнення режиму законності.

Говорячи про місце господарських судів в судовій системі України, то потрібно сказати, що господарський суд наділений усіма повноваженнями й атрибутами незалежної і самостійної галузі судової влади. Ця самостійність зумовлена низкою чинників: а) специфікою предмета діяльності — розгляду господарських суперечок; б) особливістю кола суб'єктів як учасників господарського процесу — підприємств, організацій — юридичних осіб; суб'єктів підприємницької діяльності; в) особливістю господарського процесу, що відрізняється оперативністю, відсутністю твердої регламентації процедури розгляду спорів тощо.

Форми діяльності суду загальної юрисдикції й господарського суду, відрізняються за суб'єктами, уповноваженими законом на здійснення функції захисту цивільних прав, а також специфікою цивільно-правових і господарсько-правових спорів. Господарсько-судова форма захисту суб'єктивних прав найбільш пристосована для розв'язання господарських спорів, здійснення впливу на економіку України [4].

Необхідно розглядати господарський суд як спеціалізований судовий орган, що склався у певних історичних умовах, виконує специфічні завдання і використовує для цього специфічні методи. Навіть розгляд спорів має специфіку щодо різних категорій справ. Водночас те, що правозастосовча діяльність є основною для загального й господарського судів, засвідчує: господарські суди є повноцінними судовими органами. Оскільки господарський суд в Україні має свою специфіку, некоректно вести мову про повне злиття господарських судів із загальними.

Аналіз моделі судової влади в різних розвинених країнах [5-7] свідчить, що судова система України розвивається в правильному напрямку, спираючись, насамперед, на національну школу та використовуючи досягнення світового досвіду. Системи загальних і господарських судів в Україні функціонально відрегульовані, вони пройшли історичний шлях апробації і немає необхідності в об'єднанні системи судів загальної юрисдикції та спеціальної юрисдикції.

Господарські суди повинні бути збережені як спеціалізовані суди. Господарський суд, всі ланки спеціалізованих судів здатні у сучасних умовах ефективно виконувати покладені на них функції.

Господарські суди, суворо дотримуючись конституційних засад судочинства, діють у руслі державної політики, їхня діяльність невід'ємна від дій законодавчої та виконавчої гілок влади, а кожне прийняте від імені держави рішення в господарській справі – це державна оцінка законності чи протиправності конкретних дій суб'єктів господарювання та спрямування їх у правове русло, а також ще один крок до формування цивілізованої правосвідомості.

Література

1. Притика Д. М. Арбітражний суд: проблеми організації та діяльності / Д. М. Притика ─ К.: Видавничий Дім "Ін Юре", 2000. ─ 320 с.
2. Полешко А. Судовий захист прав суб'єктів господарювання / А. Полешко // Право України. – 2001. - № 12. - С. 20.
3. Балух В.С., Суриков А. Одесский арбитражный суд: два века истории / В.С. Балух, А. Суриков ─ О.: Астропринт, 2001. ─ 120 с.
4. Притика Д.М. Правові засади організації і діяльності органів господарської юрисдикції та шляхи їх удосконалення: монографія / Д.М. Притика ─ К.: Видавничий Дім "Ін Юре", 2003. ─ 328 с.
5. Чернов Є. Судові системи України та Франції з розгляду господарських спорів // Право України. – 1992. - № 10. – С. 25-27.
6. . Шишкін В.І. Судові системи країн світу: У 3-х кн. – Кн. 1./ В.І. Шишкін — К.: Юрінком Інтер, 2001. – 336 с.
7. Клеандров М. И. Арбитражные суды Российской Федерации / М. И. Клеандров. – М.: Слово, 2001. – 191 с.

**Забарін Антон**
студент 3 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: к.ю.н., доц. Синєокий О.В.

## ЮРИДИЧНА ОСОБА – СУБ'ЄКТ ЗЛОЧИНУ В УКРАЇНІ

В Україні, а також Росії, інших країнах вже не один рік йде дискусія щодо запровадження кримінальної відповідальності для юридичних осіб. Згідно із нормами КК України, від 05.04.2001 р. суб'єктом злочину є фізична осудна особа, яка досягла віку кримінальної відповідальності, і яка під час вчинення злочину могла усвідомлювати свої дії і керувати ними. Особисто автор в запровадженні кримінальної відповідальності для юридичних осіб вбачає доцільність.

Цим питанням займалися такі науковці як Бесєдіна В.А., Грищук В.К. Дудоров О.О., Кабанова І.Є., Каменський Д.В., Келина С.Г., Костяновська Ю.О., Овчарова Є.В., Пасєка О.Ф., Романюк О., Смітієнко В.М., Сухоребрий І.І. та інші. У проекті КК, підготовленому за завданням Комісії ВР України 12-го скликання з питань правопорядку та боротьби зі злочинністю авторським колективом на чолі з проф. В. Смітієнком, пропонувалось визнати юридичну

особу суб'єктом злочинів проти миру і безпеки людства, здоров'я населення, проти держави, у сферах природокористування і господарської діяльності. Аналогічна ситуація із обговорення можливості запровадження інституту юридичної особи як суб'єкта злочину свого часу мала місце під час прийняття КК РФ. [1, с. 62]. Проте, не зважаючи на велику кількість прихильників визнання юридичної особи суб'єктом злочину, є багато науковців які категорично негативно висловлюються з приводу цього. Так, наприклад, професор Харківського університету Л.Є. Владіміров, називаючи ідею групової кримінальної відповідальності нелогічною і безглуздою, стверджував, що тільки фізична особа здатна скоїти злочин. Вже із самого терміну "винуватець злочину" випливає, що кара може покладатись лише на того, хто вчинив злочин своїми інтелектуальними або фізичними силами [3, с. 21].

Не зважаючи на значну кількість наукових робіт з цієї проблематики, вважаю, що питання не було досить повно розкрито, і доцільність запровадження кримінальної відповідальності для юридичних осіб достатнім чином не була обґрунтована. Тому вбачаю за необхідне дослідити питання доцільності визнання юридичної особи суб'єктом злочину, та відповідальність її за деякі злочини у сфері господарської діяльності.

Аналізуючи кримінальне законодавство багатьох країн, у тому числі країн Західної Європи, можна дійти висновку, що у багатьох з (Канада, США, Англія, Японія, Німеччина, Данія, Китай) юридична особа визнається суб'єктом злочину. Окрім того, деякі закони України (Закону України «Про ціни і ціноутворення», від 1990 р., ЗУ «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення», від 1994 р. та багато інших) передбачають адміністративну відповідальність юридичних осіб за порушення норм цих законів. Так, наприклад, у ст. 46 Закону України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» зазначено, що за порушення санітарного законодавства або невиконання постанов, розпоряджень, приписів, висновків посадових осіб органів, установ і закладів державної санітарно-епідеміологічної служби до підприємств, установ, організацій, які порушили санітарне законодавство застосовуються такі санкції, як штраф у розмірі 100 відсоткової вартості реалізованої продукції, що була заборонена до випуску і реалізації посадовими особами закладів санітарно-епідеміологічної служби; або штраф у розмірі 25 відсотків вартості продукції у разі ухилення від пред'явлення посадовим особам державної санітарно-епідеміологічної служби продукції.

Авторським колективом на чолі зі В. М. Смітієнком пропонується вести для юридичних осіб за порушення норм кримінального права такі санкції як: кримінальна реституція, тобто відшкодування завданої матеріальної та моральної шкоди; штраф у межах від 15 до 30% річного доходу юридичної особи, причому у разі ухилення від його сплати, суд може замінити штраф конфіскацією майна у подвійному розмірі несплаченої суми штрафу; заборона здійснювати певну діяльність; конфіскація знарядь і засобів вчинення злочину; оголошення юридичної особи злочинною організацією та її ліквідація з конфіскацією майна дами. З такими видами покарань абсолютно погоджуюся,

але не можу не погодитися із багатьма думками вчених-юристів про те, що питання доцільності внесення відповідних змін по-перше, до Конституції, а потім до КК Україні є дуже суперечним.

З одного боку це не викликає сумніву. Так, наприклад, забруднення або псування земель (ст. 239 КК України) може здійснюватися комерційним підприємством, яке з метою зменшення витрат на утилізацію відходів, закопує їх на відповідній території розташування майнового комплексу підприємства, наносячи непоправну шкоду навколишньому природному середовищу. Через невелику санкцію за цей злочин (штраф до 200 НМДГ), яка тим більше застосовується лише до керівника, підприємство може вбачати в цьому велику економічну вигоду і продовжувати проиправну діяльність. Проти керівника даного підприємства можна подати цивільний позов і вимагати відшкодування матеріальної шкоди, завданої забрудненням землі, але, по-перше платоспроможність юридичної особи є значно більшою за нього, і тому застосовувати майнове стягнення на думку автора слід до підприємства. По-друге, окрім майнового стягнення, слід застосувати превентивні заходи з метою не допущення вчинення цього діяння в майбутньому (накладення арешту на частину прибутку, або примусова ліквідація з наступною конфіскацією фондів цього підприємства). Або, у випадку, зайняття видами господарської діяльності, щодо яких є спеціальна заборона або зайняття з порушенням правил провадження такого виду господарської діяльності (наприклад, незаконне виготовлення, зберігання, збут або транспортування з метою збуту підакцизних товарів; порушення порядку здійснення операцій з металобрухтом), встановлена законом, окрім скасування державної реєстрації потрібно накласти арешт на прибуток, конфіскувати засоби виробництва та інші матеріальні активи, застосувати примусову ліквідацію. З іншого боку, незважаючи на вищесказане, принцип індивідуальної відповідальності є великим демократичним надбанням, і відмовлятися від нього потрібно дуже обережно.

Покарання для юридичної особи доцільно було б застосовувати у разі здійснення нею незаконної господарської діяльності, що пов’язана з одержанням доходу у великих розмірах (у 1000 і більше разів перевищує НМДГ). Складовими такого злочину повинні бути: 1) незаконність, тобто існує пряма заборона провадження такого виду господарської діяльності, яка міститься в Кримінальному кодексі; 2) отримання значного прибутку від цієї діяльності. У разі відсутності хоча б однієї зі складових, вчинене діяння відповідно не бути вважатися злочинним.

Слід звернути уваги, що юридична особа повинна нести кримінальну відповідальність лише у тому разі, коли заборонена дія або бездіяльність виконана чи санкціонована її керівником або колективним органом управління, що діяв від імені юридичної особи. Згідно зі ст. 92 ЦК України орган юридичної особи виражає і реалізує її дієздатність. На думку авторів проекту Кримінального кодексу, злочин необхідно визнавати вчиненим юридичною особою лише у тому разі, коли кримінально-правову заборону порушили ті фізичні особи, які є другим “я” юридичної особи. Вчинення діяння іншими працівниками юридичної особи, наприклад, представниками технічного або

обслуговуючого персоналу, не визнається передумовою кримінальної відповідальності юридичної особи. [2, с. 44]

Потрібно також відмітити, що у разі ліквідації юридичної особи можуть постраждати невинні працівники, які про злочинну діяльність своїх керівників, навіть нічого не знали. Щодо цього, китайські вчені виходять з того, що рівномірний розподіл тягара кримінально-правового реагування на всіх без винятку працівників організації має позитивну сторону у тому плані, що члени колективу будуть контролювати дотримання юридичною особою вимог чинного законодавства [5, с. 57] Іншу точку зору мають вчені Сполучених Штатів, вважаючи, що застосування до юридичних осіб кримінальних покарань породжує цілком конкретні негативні наслідки – звільнення з роботи працівників у разі припинення діяльності підприємства, невиконання зобов'язань перед кредиторами, підвищення цін на товари й послуги. Фактично збитки, заподіяні корпорації внаслідок сплати нею штрафу, можуть перекладатись не лише на споживачів, що досить проблематично за умов ринкової кон'юнктури, а й на рядових акціонерів, які не мають жодного відношення до зловживань управлінського персоналу [2, с. 66].

Таким чином, на підставі викладеного вважаю, що запровадження кримінальної відповідальності для юридичних осіб доцільно, адже в цьому випадку буде мати місце додаткова превенція у сфері господарських злочинів.

Література

1. Виноградова Е. Юридические лица должны нести ответственность за экологические преступления // Российская юстиция. – № 8. – 2001.
2. Вибрані праці з кримінального права / Переднє слово д-ра юрид. наук,проф. В.О. Навроцького / МВС України, Луган. держ. ун-т внутр. Справ ім. Е.О. Дідоренка. – Луганськ: РВВ ЛДУВС ім. Е.О. Дідоренка, 2010. – 952 с.
3. Владимиров Л. Е. учебник русского уголовного права. Общая часть. – Харьков, 1889. – 411 с.
4. Кримінальне право. Загальна частина: Підручник / За ред.. А.С. Беніцького, В.С. Гуславського, О.О. Дудорова, Б.Г. Розовського. – К.: Істина, 2011. – 1112 с.
5. Имамов Э.З. Уголовное право Китайской Народной Республики. Теоретические вопросы Общей части. – М., 1990. – 436 с.

**Здорик Олександр**
студент 3 курсу юридичного факультету
Наук. кер.: ст. викладач Борщевська Г.Е.

## ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ СТОРІН У СПРАВАХ ПРО ВІДШКОДУВАННЯ ШКОДИ ЗАВДАНОЇ ВНАСЛІДОК НЕДОЛІКІВ ТОВАРІВ, РОБІТ (ПОСЛУГ)

Розвиток ринкових відносин супроводжується зростанням комерційного ринку придбання товарів та послуг, що не мають споживчих властивостей. На сучасному етапі розвитку законодавства про захист прав споживачів споживач є найуразливішим суб'єктом вільного ринку є споживач, тому ця проблема потребує досконального розгляду та вивчення усіх існуючих проблем захисту

його прав. Актуальність даної теми полягає в тому, що захист інтересів і прав споживачів неможливий без забезпечення гарантії отримання товарів і послуг високого рівня якості. Вдосконалення законодавства та побудови чіткої форми захисту прав споживача зможе покращити процес розгляду справ про захист прав споживачів, а саме зробити найбільш ефективною формою захисту суб'єктивних прав – це судову форму захисту.

На практиці при розгляді справ про захист прав споживачів виникають певні труднощі, пов'язані з правильним визначенням сторін у відповідних правовідносинах, оскільки сторони є головними учасниками в даній категорії справ, адже без сторін неможливий сам цивільний процес.

Багато вчених розглядали питання щодо проблем сторін у цивільному процесі, а саме: І. Подкоязін, О. Поліщук, В. Потапенко, З. Ромовська, С. Русу, А. Боннер, М. Штефан, В. Комаров, К. Гусаров та інші. Але серед вчених немає єдиної думки щодо визначення сторін у справах про захист прав споживачів, тому що нові погляди та теорії породжують ще більш глибокі протиріччя, які чинним законодавством не вирішуються. Необхідно дослідити досвід інших держав та практику розгляду справ про захист прав споживачів з метою удосконалення діючого законодавства, щоб у майбутньому позбутися проблем.

В українській цивілістичній літературі немає єдиної думки щодо поняття сторін у цивільному процесі, але більшість авторитетних вчених не заперечують проти виділення таких ознак сторін, як юридична заінтересованість у справі (як матеріально-правова, так і процесуальна); сторони виступають у справі від свого імені; поширення на сторони усіх матеріально-правових та процесуальних наслідків рішення суду, що набрало законної сили; сторони несуть судові витрати у справі, якщо вони не звільнені від них законом чи судом; діє презумпція, що сторони є дійсними суб'єктами спірних правовідносин, доки не буде доведено іншого [1, с. 86].

Законодавче визначення сторін у будь-яких випадках, а отже і у справах про захист прав споживачів, наведене у ст. 30 ЦПК України, де зазначено, що сторонами у цивільному процесі є позивач і відповідач, а також що позивачем та відповідачем можуть бути фізичні та юридичні особи, а також держава. Проаналізувавши існуючі визначення позивача та відповідача як сторін у цивільному процесі, що існують у науковій літературі, та врахувавши положення ч.2 ст. 30 ЦПК, можна дійти висновку, що позивач – це особа чи особи (фізичні чи юридичні), а також держава, яка є можливим суб'єктом спірного матеріального права та звернулась до суду за захистом даного права особисто чи через представника і за зверненням якої відкривається цивільна справа у суді та розпочинається цивільний процес. Відповідач – це особа чи особи (фізичні чи юридичні), а також держава, що притягається судом до участі у справі у зв'язку з тим, що позивач вказав на дану особу (осіб) чи державу як на таку, що порушує чи оспорює його права.

Аналізуючи норми статей 1209-1211[1] ЦК України сторонами зобов'язання з відшкодування шкоди, завданої недоліками товарів, робіт (послуг) виступають продавець, виготовлювач товару, виконавець робіт, послуг та фізичні та юридичні особи - споживачі [2].

Позивачем у справах щодо відшкодування шкоди, завданої внаслідок недоліків товарів, робіт (послуг) виступає споживач. Закон України «Про захист прав споживачів» трактує поняття «споживач» як фізичну особу яка купує, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника [3]. Згідно з п.22 ст. 1 Закону України «Про захист прав споживачів», споживач – це обов’язково одна конкретна фізична особа, права та обов’язки якої чітко визначені. Крім того, згідно з п.22 ст. 1 Закону України «Про захист прав споживачів», споживач – це особа, яка користується продукцією. Згідно з ст. 4 Закону України «Про відповідальність за шкоду, завдану внаслідок дефекту в продукції», право вимагати відшкодування завданої шкоди визнається за кожним потерпілим споживачем незалежно від того, чи перебував він у договірних відносинах з виробником (виконавцем, продавцем) [4].

Отже, згідно з вищевикладеним, споживачем є: по-перше, фізична особа, тобто на юридичну особу дія закону не розповсюджується; по-друге, фізична особа, яка купує, або має намір придбати товар. Таким чином, в розумінні Закону споживачем є особа, яка тільки увійшла до приміщення магазину з наміром придбати товар (в цьому випадку мова може йти про право споживача на рекламу); по-третє, фізична особа, яка хоче придбати товар для особистого домашнього споживання.

Уперше визначення поняття «споживач» було сформульовано у Хартії захисту прав споживачів, прийнятій XXV сесією Консультативної Асамблеї ЄС (1973 р.) У цьому документі встановлювалося, що споживач – це фізична особа або юридична особа, яка користується товарами й послугами з особистою метою [5]. В юридичній літературі висловлюються пропозиції розширити поняття «споживач». Так, деякі вчені вважають за доцільне внести зміни в це поняття, включивши в нього, крім фізичних, ще й юридичних осіб, обмеживши межі застосування норм закону лише сферою особистого споживання [6, с. 212]. Вважаю, що така думка є слушною, оскільки не тільки фізичні особи, а й юридичні особи споживають товари, послуги. Розширення кола суб’єктів, що відносяться до категорії «споживач», надасть змогу більш повно здійснювати захист прав учасників цивільних прав.

Особа відповідача у справах про відшкодування шкоди, завданої внаслідок недоліків товарів (послуг), визначена через суб'єктів договірних зобов'язань, зокрема споживчих правовідносин, що підкреслює особливість цих зобов'язань, чітко визначаючи, хто може нести відповідальність за шкоду, завдану неякісною продукцією, неналежністю або недостатньою інформацією про товари, роботи та послуги. Ними не можуть бути усі фізичні, юридичні особи, а також інші учасники цивільних відносин, а лише такі суб'єкти цивільного права, які у відносинах виступають у якості «виготовлювача», «продавця», «виконавця робіт чи послуг».

Відповідно до ч.1 ст.1210 ЦК України шкода, завдана внаслідок недоліків товарів, підлягає відшкодуванню продавцем або виготовлювачем товару. При цьому така альтернативність у визначенні боржника у зобов'язанні визначається

волевиявленням потерпілого. Аналогічне право закріплене й у випадку завдання шкоди внаслідок ненадання повної чи достовірної інформації щодо властивостей і правил користування товарів (ч. 3 ст. 1210 ЦК України). У зв'язку з цим недостатньо визначеною є особа боржника у цьому зобов'язанні, а також суть та характер відносин між виготовлювачем товару та його продавцем.

Як вже згадувалось, у ч.1 ст.1210 ЦК України закріплене право потерпілого обирати суб'єкта відшкодування завданої шкоди - виготовлювача або продавця. При чому таку альтернативність слід відрізняти від тези, що законодавством передбачено конкуренцію між договірним (у зв'язку з неналежним виконанням договору) і деліктним позовами споживача при завданні шкоди життя, здоров'ю або майну споживача недоліками товарів, право вибору між якими належить безпосередньо споживачеві.

Виникнення цивільного правовідношення із відшкодування шкоди, завданої недоліками товарів, робіт (послуг), вказує на їхню довготривалість, адже від моменту випуску недоброякісної продукції до завдання шкоди може пройти багато часу. Безпосереднім юридичним фактом, який обумовлює виникнення деліктного зобов'язання є наявність шкоди, котра безпосередніми діями ні виготовлювача, ні продавця, ні виконавця робіт, послугонадавача не завдається. А моментом вибору потерпілого фактично виступає заявлення претензії до виготовлювача чи продавця або подання відповідного позову до суду.

Деліктне ж зобов'язання виникає не у момент заявлення претензії чи позову потерпілим, а саме у момент завдання шкоди. Передувати цьому повинна протиправна поведінка зобов'язаної особи.

Встановлена законом альтернативність ускладнює відповідь на питання щодо визначення суті, структури, змісту, підстави та моменту виникнення цивільного правовідношення щодо відшкодування шкоди, завданої внаслідок недоліків товарів, робіт (послуг), і, як наслідок, визначення особи, яка зобов’язана відшкодувати шкоду (процесуального відповідача). З іншої сторони, процесуальним законодавством не може бути обмеженим право споживача подати позов до суду, яка, на його думку, порушила його права (відповідача).

Споживче (комсьюмерське) право на сучасному етапі розвитку громадянського суспільства в Україні у національній правовій системі є багатогранне та часом суперечливе явище [7]. Пов’язане із правосвідомістю громадян, споживче право набуває дедалі більшого значення та потребує розвитку механізмів з його реалізації на усіх рівнях діяльності:

а) від індивідуального юрисдикційного (при зверненні до виробника (продавця) безпосередньо) до колективного юрисдикційного (поширення так званих публічних позовів до виробників);

б) превентивного адміністративного, якому, наразі, приділяється замало уваги, зокрема, в порядку вступного (попереднього) контролювання якості продукції, що продається.

Розширення та уточнення кола суб'єктів, що відносяться до категорії «споживач», шляхом включення до цього поняття також й юридичних осіб, які користуються товарами й послугами з особистою метою, надасть змогу більш повно здійснювати захист прав учасників цих правовідносин.

Література

1. Чорнооченко С.Ю. Цивільний процес України / Чорнооченко С.Ю. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 308 с.
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – №№ 40-44.
3. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. // Відомості Верховної Ради УРСР — 1991.— № 30.— Ст.379.
4. Про відповідальність за шкоду, завдану внаслідок дефекту в продукції: Закон України від 19.05.2011 р. // Відомості Верховної Ради України. — 2011.— № 47.— Ст.531.
5. Хартія захисту прав споживачів, прийнята XXV сесією Консультативної Асамблеї ЄС (1973 р.) // Бюлетень законодавства і юридичної практики України.— К., 1999.— №6.— Ст.463.
6. Колеснікова Г**.** Суб'єктний склад зобов'язання щодо відшкодування шкоди, завданої споживачу / Г. Колеснікова // Право України. 2010. — № 7. — С. 210-215.
7. Салухіна Н.Г. Захист прав споживачів: навч. посіб. / Н.Г. Салухіна, О.М. Язвінска, О.І. Башкатова. – К.: МАУП, 2007. – 382 с.: іл.. – Бібліогр.: С. 356-380.

**Зозуль Ія**
слухач магістратури юридичного фак-ту
Наук. кер.: д.ю.н., професор Коломоєць Т.О.

## ПРЕЗУПЦІЯ ПРАВОМІРНОСТІ ДІЙ І ПРАВОВОЇ ПОЗИЦІЇ ГРОМАДЯН У АДМІНІСТРАТИВНОМУ ПРАВІ ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТА НОРМАТИВНЕ ЗАКРІПЛЕННЯ

В правовій площині досить цікавим феноменом є припущення про відсутність чи наявність певних фактів, які, самі по собі не виступаючи юридичними фактами, можуть породжувати певні правові відносини – правові презумпції. Правові презумпції широко використовуються в сучасному праві і наявні практично у всіх його галузях, зокрема адміністративному. Так, в адміністративному праві можна виокремити багато видів правових презумпцій, зокрема: презумпція невинуватості (роботи В.К. Колпакова, І.О. Федорова, Д.М. Лук'янця), презумпція законності актів управління (роботи В.П. Тимощука, Д.М. Лук'янця та ін.), презумпція відповідності посади (наприклад, робота С.В. Ківалова), презумпція правомірності дій і вимог осіб (наприклад, роботи В.Б. Авер'янова, О.М. Бандурки, М.М.Тищенка). У світлі переходу адміністративно-правової доктрини на якісно новий рівень, у контексті забезпечення пріоритету прав і свобод людини і громадянина, закріплення та реалізації принципу верховенства права у усіх галузях права, в т.ч. й

адміністративному праві, варто зупинити увагу саме на особливостях презумпцій правомірності дій та правової позиції особи.

У найбільшій мірі така презумпція характерна для провадження по скаргам громадян на рішення, дії чи бездіяльність органів державної влади, органів місцевого самоврядування, посадових та службових осіб. Презумпція правомірності дій та правової позиції особи у цьому провадженні знаходить прояв у наступному: 1) дії та правова позиція громадянина, який подав скаргу, повинні вважатися правомірними до тих пір, доки інше не буде встановлене рішенням органу (посадовою особою), яка компетентна розглядати таку скаргу по суті. Іншими словами, презумується те, що існують конкретні підстави для подання скарги, конкретне право громадянина порушене певними діями або бездіяльністю конкретного органу або посадової особи, має місце порушення ними вимог, які закріпленні у правових нормах; 2) права і обов'язки по доказуванню правомірності позиції громадянина повинні бути відповідним чином розподілені між ним та органом (посадовою особою), що розглядає скаргу, а також органом (посадовою особою), дія чи бездіяльність якого оскаржується. Припускається, що обов'язок доказування певних фактів та обставин, які були підставами для подання скарги, повинна лягати на орган (посадову особу), дії яких оскаржуються, при цьому береться до уваги зацікавленість громадянина, який подав скаргу, в об'єктивності її розгляду. Вбачається за доцільне закріплення можливості надання доказів, які підтверджують правомірність подання скарги, в якості його права. Крім того, і сам орган (посадова особа), який розглядає скаргу, повинен бути зацікавленим у своєчасному, повному та всебічному розгляді скарги, та має проявляти ініціативу для встановлення істини. У зв'язку із цим необхідно передбачити право такого органу (посадової особи) у разі необхідності самостійно вживати заходів для встановлення фактів та обставин, які мають значення для прийняття правильного рішення по скарзі; 3) рішення по скарзі не повинно ґрунтуватися на припущеннях, а всі сумніви відносно правомірності позиції громадянина повинні тлумачитися на його користь.

Презумпція правомірності дій і правової позиції громадян у адміністративному праві знайшла своє нормативне закріплення у проекті Адміністративно-процедурного кодексу у наступному формулюванні: «Адміністративний орган визнає дії та вимоги особи правомірними, доки інше не буде доведено в результаті розгляду адміністративної справи» [1], що безперечно вказує на позитивний розвиток адміністративно-правової доктрини у світлі забезпечення дотримання прав і свобод людини та громадянина та забезпечення їх реалізації. О.М. Бандурка та М.М. Тищенко вважають, і з ними варто погодитися, що вказана презумпція «зможе дисциплінувати діяльність чиновників всіх рівнів і буде попереджувати порушення прав і свобод громадян з боку державних органів» [2, с. 44].

Отже, презумпція правомірності дій і правової позиції громадян у адміністративному праві представляє собою об'єктивно обумовлену й необхідну вимогу, на якій повинні базуватися взаємовідносини між громадянином та державою в особі її органів.

Література
1. Адміністративно – процедурний кодекс України: Проект закону від 18.07.2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc4_1?pf3511=33073.
2. Бандурка О.М., Тищенко М.М. Адміністративний процес: підручник для вищих навч. закл. О.М.Бандурка, М.М.Тищенко– Рос. мовою. – К.: Літера ЛТД, 2001. – 366 с.

**Іванова Ганна**
студентка 3 курсу юридичного факультету
Наук. кер.: к.ю.н., доцент, Синєокий О.В.

## ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ОСОБИСТОСТІ СЕКСУАЛЬНИХ МАНІЯКІВ

Актуальність цієї статті полягає в тому, що треба розглядати відчуження особистості як психологічну передумову злочинної поведінки. Психолого-кримінологічні дослідження свідчать про те, що значна частина злочинців знаходиться на певній соціально-психологічної дистанції від суспільства і його морально-правових цінностей. Вони відчужені і від суспільства в цілому, і від малих груп (сім'я, трудовий колектив, друзі і т. д.) або істотно послабили зв'язку з ними. У психологічному плані відчуження являє собою як би відхід людини з міжособистісної взаємодії, який має суттєві психологічні та соціальні наслідки, в тому числі і криміногенного характеру.

Кількість науковців, які дискутували на дану тему та проводили власні дослідження дуже велика, наприклад, Александров Ю., Синєокий О.В., Алфьоров Ю.А., Середа О.В., Козюля В.Г., Антонян Ю. М. Кірюхін Д. О., Мураховська С., Модестов Н.С., Еникеев М.І., Протопопов А. А., Лузгін І. М. та інші.

Смертельна насильство багатолике. Тому завжди виникає необхідність «... виділити його окремі типи, оцінити їх і спробувати кинути найперший погляд на його природу», як сказав професор Національної академії внутрішніх справ України Ю.Александров.

Науково обгрунтовані типології осіб, що скоюють злочини певних категорій, мають не тільки теоретичне, але й практичне значення. Вони сприяють розпізнаванню ознак невідомого злочинця, побудові і реалізації його пошукового портрету (уявної моделі, образу), визначення тактики допиту підозрюваних і обвинувачуваних, вирішення інших пошукових і пізнавальних завдань у кримінальному судочинстві, в медичній та пенітенціарній практиці.

Існують різні, корисні в практичному відношенні типології та класифікації осіб, які вчиняють серійні вбивства.

За статевої орієнтації серед серійних убивць виділяються натурали і гомосексуалісти; по сфері кримінальної активності (ареалу) - вчиняють злочини в районі свого проживання (роботи), у суміжних районах, у поруч розташованих регіонах, на певному знайомому маршруті; по вибору жертв певного віку – педофіли і ефебофілія (віддають перевагу дітей та підлітків),

геронтофілія (віддають перевагу людей похилого віку та людей похилого віку), універсали (або «всеїдні»), жертвами яких можуть стати люди обох статей і будь-якого віку [4, 233 - 234].

Можна навести досить яскравий приклад сексуальної серійного вбивці – Синя Борода. Його справжнє ім'я - маршал Жиль де Рец. Він жив у часи Генріха IV і регулярно вбивав своїх дружин. Імена вітчизняних маніяків, які здійснювали вже в наші дні серійні вбивства з сексуальною підгрунтям, у всіх на слуху: Чикатило, Головкін та інші. Що рухає цими дияволами во плоті, яка таємниця прихована в їх мозку, душі? Якісь відчайдушні вчені хотіли зберегти життя Чикатило, щоб на його прикладі вивчити біологічні особливості, особистість маніяка.

У діях маніяків чимало спільного, вони досить стереотипні. Дуже часто вони застосовують один і той же спосіб вбивства: підхід ззаду, захоплення і задушення. Причому спостерігається такий стереотип у ситуаціях, коли жертва, по суті, не чинить опір або знаходиться без свідомості. Характерно визнання одного маніяка: «Я не можу пояснити, чому ззаду, але якщо спереду – зовсім не те відчуття » [2, 162].

Але почерк-то в кожного свій. «Авторство» часто визначають за характером завданих ушкоджень.

Але й тут простежується спільність. Сексуальні вбивці часто завдають ударів ножем в область промежини або статевих органів, немов імітуючи статевий акт. Це називається символічним сексуальним дією. Наприклад, для педофілів характерні одні й ті ж самі дії: знімання одягу, розглядування статевих органів, причому сам статевий акт здійснюється вкрай рідко. Простежується і спільність території. Безліч сексуальних насильницьких актів відбувається саме в ліфті.

Уподобання маніяків залежать від ступеня патології. Один переслідує жінок в червоному, хтось хлопчиків, у третього приплив пристрасті викликають повні жінки. А Чикатило вік або габарити жертви мало хвилювали.

Що стосується поведінки жертви з маніяком, то один з методів захисту грунтується на несподіванки поведінки. Деякі гвалтівники дуже реагують на вираз обличчя жертви. Він схоплює, смакуючи страх, сум'яття, жах, а жертва повинна посміхатися і казати: «Ах, який ти милий». Таким чином, стереотип може бути перерубана. Але, на превеликий жаль, частіше простежується, що програму маніяка нічим не перебити, він все одно її здійснить. Були такі, хто стверджував на повному серйозі, що жертва «посміхалася, коли я її душив». Тобто свідомість у цей момент спотворене. А деякі взагалі не пам'ятають реакції і навіть на очній ставці не впізнає свою жертву [2, 188-189].

Серійним вбивцям, з сексуальною підгрунтям, як дітям, властивий психічний інфантилізм. І в цьому немає нічого парадоксального. Адже діти бувають жорстокими, вони не вміють сприймати чужу біль. І всі виховні дії, закиди на кшталт «Який ти жорстокий! Ти зовсім не жалієш батьків!» приречені на провал. Це не патологія, а норма. Але що є нормою у 8-10 років, в

20-30 називається інакше. Маніяк не знає, що таке жалість, співчуття. У нього немає відчуття чужого болю.

Вид страждань жертви приносить йому задоволення. Щоб зрозуміти відчуття жертви, Головкін виробляв такі ж експерименти на собі. Акт агресії часто поєднується з аутоагрессией. Пацієнти-маніяки припікають себе сигаретами, вганяють собі голки. При цьому ними керує інтерес, прагнення заспокоїтися, багато хто знаходить в болю компонент хтивості. До речі, за деякий час до вчинення злочину у маніяків змінюється стан. З'являються тривога, злість, наростає внутрішня напруга. Йому треба щось робити. Він виходить, озирається, і потім вимальовується мета: треба вбити. Після цього наступають розрядка, полегшення, іноді відчуття власного всемогутності. Вони часто виражаються так: «Я зміг».

У маніяків виробляється хворобливий інтерес до анатомії, до будови людського тіла, вспариваніе животів, відрізання статевих органів. Це простежується у дітей 5-7 років, коли вони грають: розбирають ляльок, відривають руки, ноги, виколюють очі. Або перше знайомство зі статевими органами - те ж саме спостерігається у педофілів. Пацієнтів-маніяків цей етап розвитку випав, і вони надолужують згаяне через десятиліття, відтворюють гри, які стають кривавими. Один з них зізнався, проходячи лікування в психіатричній клініці:

«Знаєте, доктор, як треба з жінкою мати справу? Відрізав голову, поклав труп і роби що завгодно» [2, 212 - 213]. Відомі аналогії поведінки є у тварин. Наприклад, самка богомола відкушує самцеві голову, щоб він краще вчинив статевий акт. Без цієї операції богомол може і не захотіти «інтиму», а так коїтус залізно триватиме п'ять годин. Цікаво, що такі зразки поведінки притаманні тільки самкам.

Сексуальні маніяки часто не в змозі зробити нормальний статевий акт, деякі відчувають відомі складності у відносинах з жінками. Цих людей з професійної точки зору не можна назвати ні чоловіками, ні жінками. Мова йде про розлад статевої ідентичності. Природа не побудована за принципом «чорне-біле», завжди є проміжні варіанти. І тут простежується саме такий варіант. Тільки не треба думати, що якщо у людини розбіжність у цій сфері, він обов'язково піде у вбивці. Він може стати фетишистом, візіоністом чи піде в «глухі» невротики, не дозволяючи собі реалізувати заборонені фантазії. А в основі лежить порушена ідентичність [6, 162].

На ранній стадії у деяких ще зберігається критичне ставлення, вони намагаються якось з цим боротися. Піти до лікаря . Та й як сказати, що тягне до малолітніх? Відразу в'язниця, страх Кримінального кодексу висить. Одне із завдань терапії – інформувати цих людей про те, куди звернутися зі своїми проблемами, і гарантувати їм, що не буде наслідків. Адже вони часто бояться розповідати навіть свої фантазії, які можна розглядати як норму.

Один із ефективних рішень проблеми злочинної поведінки сексуальних маніяків – це спонукання його до розуміння того, що треба заміщати злочинну поведінку і спрямовувати енергію в інше русло.

За підсумками контент аналізу, тобто аналізу російських і зарубіжних літературних джерел можна зробити наступний висновок:

Серійні вбивці володіють певними рисами особистості, серед яких найбільш явно виділяються: відчуження від соціуму, замкнутість, лабільність, емоційна депривація, погана пристосованість до соціуму, агресивність, низька здатність до адаптації, ригідність мислення, якась загальмованість поведінкових реакцій. Серійні злочинці також гіперчутлива до міжособистісних взаємодій.

Психологічні особливості серійних злочинців можна розглядати як схильність до вчинення злочину, тобто як властивості особистості, що знижують криміногенний поріг. З урахуванням розглянутої і проаналізованої літератури з даного питання можна зробити висновки, що особистість злочинця відрізняється від особистості законослухняного громадянина певними психологічними особливостями, специфічними для людини преступающего норми закону.

Основними причинами специфічної злочинності сексуальних маніяків можна вважати генетичну схильність, вживання алкоголю і наркотиків, особливості виховання, соціального середовища, яке оточує людину і його власної активної життєвої позицією. Багато дослідників, торкаючись даної теми, наголошують на неможливості запобігти появі серійних вбивць. Між тим, не вивчаючи вказану проблему, не намагаючись знайти її витоки, неможливо вести боротьбу з цим злом. Нині, на нашу думку, кримінологічним дослідженням у зазначеному напрямі в Україні не приділяється належної уваги. Немає сталих методик розслідування серійних вбивств і виявлення «серійників», тому робота з розкриття таких вбивств подекуди провадиться застарілими методами [6].

Деякою мірою це пояснюється відсутністю юридичних, науково обґрунтованих нормативів, де чітко були б сформульовані поняття «маніяк», «серійний вбивця». Отже, основними мотивами серійних злочинців є: маніпуляція, домінування, контролювання, сексуальна агресія (пристрасть).

Література

1. Алфьоров Ю.А., Середа О.В., Козюля В.Г. Наркомани у ВТУ: особистість і поведінка / Особа злочинця та індивідуальний вплив на них: Зб. наук. тр. – М.: ВНДІ МВС СРСР, 2005. – С. 46-54.
2. Антонян Ю. М. Психологія вбивства / Ю. М. Антонян. – М.: МАУП, 2007. – 304с.
3. Кірюхін Д. О.Теоретичні проблеми криміналістичної характеристики серійних сексуальних убивств / Д. О. Кирюхін / «Чорні дірки» в російському законодавстві. – 2007. - № 4. – С. 359-360.
4. Кримінальна сексологія / під ред. Ю. М. Антоняна. – М.: Спарк, 2005. – 464 с.
5. Мураховська С. Вплив сімейного виховання на формування особистості серійного вбивці / С. Мураховська / Актуальні проблеми правотворчості та правозастосовній діяльності: міжнар. науково-практ. конф., посв. 90-річчя Іркутського держ. університету і Юридичного інституту ІГУ (Іркутськ, 5 апр.

2008 р.): тез. доповідей / отв. ред. Н. Е. Шишкіна. Іркутськ: Изд-во Іркут. ун-ту, 2008. – С. 306-309.
6. Синєокий О. В. Психолого-правові проблеми кримінальної сексопатології / О. В. Синєокий / Монографія, Харьків, «Право», 2009, 752 с.

**Козік Віталій**
студент 3 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: д.ю.н., професор, Коломоєць Т.О.

## ШЛЯХИ ПОПЕРЕДЖЕННЯ АДМІНІСТРАТИВНОЇ ДЕЛІКТНОСТІ НЕПОВНОЛІТНІХ

Довгий час діяльність державних органів, в більшій мірі правоохоронних, переважно була зосереджена на виявленні та розкритті уже вчинених правопорушень, а не на їх попередженні. Разом з тим вже давно доведено, що попередження є найефективнішим і найгуманнішим способом боротьби з правопорушеннями.

Проблемам попередження адміністративних правопорушень в цілому і тих, які вчинюються неповнолітніми зокрема, присвятили наукові праці Г. Аванесов, О. Андрєєва, Д. Бахрах, І. Голосніченко, М. Дорогих, Є. Додін, Я. та інші. Важливість попередження правопорушень визначається і Кодексом України про адміністративні правопорушення, стаття 1 якого наголошує, що одним із його завдань є запобігання правопорушенням. Це один із напрямків попереджувальної діяльності про, що мова буде йти нижче. Однак слід зазначити і те, що в правничій літературі більша увага все ж таки приділяється саме попередженню злочинів, що насамперед пов’язано із тим, що злочинність, як соціальне антигромадське явище, завжди була в центрі уваги держави і суспільства, що викликало розвиток такої науки як кримінологія [2].

Актуальність даної статті полягає в тому, що злочинність є лише одним із проявів соціальних відхилень, під якими в науковій літературі розуміється комплекс різноманітних за характером видів поведінки, які не узгоджуються із загальновизнаними нормами і правилами, прийнятими в більшості держав і громадських суспільств. Тут ми повністю поділяємо думку Є. В. Додіна який зазначає, що попередження адміністративної деліктності повинно являти собою організовану державою діяльність формальних і неформальних формувань і окремих громадян, яка здійснюється на підставі і для виконання законів з метою викорінення причин та умов, які сприяють скоєнню адміністративних проступків, і забезпечують формування законослухняної поведінки громадян у сфері державного управління [3, 4].

Метою цієї статті є удосконалення діяльності щодо попередження адміністративних правопорушень, які вчинюються неповнолітніми. Для досягнення поставленої мети планується вирішити такі основні завдання: уточнити сутності таких термінів, як «профілактика», «запобігання», «припинення» та «попередження», провести між ними розмежування; сформулювати поняття «попередження адміністративних правопорушень неповнолітніх»; з’ясувати причини і умови, які сприяють вчиненню

правопорушень неповнолітніми, а також систему спеціальних заходів попередження таких правопорушень.

Відразу ж зазначимо, що як у зарубіжній, так і у вітчизняній законодавчій практиці одночасно використовуються такі терміни як «профілактика», «запобігання», «припинення» та «попередження». Отже, недоліком як зарубіжних, так і вітчизняних нормативних актів є: по-перше, використання різних термінів для характеристики однакових видів діяльності; по-друге, не визначення цих понять, що, у свою чергу, викликає наукові суперечки та є наслідком відсутності їх єдиного концептуального розуміння та співвідношення. Як наслідок – тривалі дискусії породжували і далі породжуватимуть плутанину у розумінні сутності цих термінів, а в ряді випадків – істотні суперечності щодо розв'язання проблем боротьби із правопорушеннями в цілому та тих, які вчинюються неповнолітніми зокрема [5].

Етимологія слова «попередити» означає, що за допомогою певних заходів перешкоджають чомусь розвинутись, здійснитись; чомусь запобігти, щось уберегти. Як наслідок – попередження, являє собою найгуманніший засіб боротьби із правопорушеннями неповнолітніх, що передбачає не покарання, а передусім вдосконалення умов їх життєдіяльності та побуту, виховання тощо. Держава більше повинна бути зацікавленою в тому, щоб не допустити вчинення правопорушень неповнолітніми, ніж у застосуванні до них заходів впливу чи адміністративних стягнень після того, як вони заподіяли збитки встановленим суспільним відносинам.

Попередження адміністративних правопорушень неповнолітніх – це система різноманітних видів діяльності і заходів спеціально визначених суб'єктів як державних так і громадських,спрямованих на усунення причин і умов, які сприяють вчиненню правопорушень неповнолітніми, і як наслідок породжують деліктність цієї категорії осіб або сприяють їй, припинення таких правопорушень та притягнення їх до відповідальності.

Слід зазначити, що саме таке розуміння попереджувальної діяльності пропонується законодавцем. Так, у Законі України «Про попередження насильства в сім'ї» під попередженням розуміється «система соціальних і спеціальних заходів, спрямованих на усунення причин і умов, які сприяють вчиненню насильства в сім'ї, припинення насильства в сім'ї, яке готується або вже почалося, притягнення до відповідальності осіб, винних у вчиненні насильства в сім'ї, а також медико-соціальна реабілітація жертв насильства в сім'ї» [6].

Вчені наводять різні класифікації суб'єктів попередження правопорушень. Найчастіше таких суб'єктів поділяють на спеціалізованих і неспеціалізованих або на загальних чи спеціальних, а суб'єктів попередження адміністративних правопорушень, які вчинюються неповнолітніми доцільно поділити на дві групи: загальні та спеціальні. До загальних ми відносимо: Верховну Раду України;

Президента України; Кабінет Міністрів України; Раду національної безпеки і оборони України; центральні та місцеві органи виконавчої влади;

органи місцевого самоврядування в межах повноважень; громадян України, які не є членами громадських формувань правоохоронної спрямованості, та громадські організації не правоохоронного профілю; засоби масової інформації; просвітницькі та навчальні заклади; підприємства, установи та організації незалежно від форми власності. Особливість цих суб'єктів полягає в тому, що попередження адміністративних правопорушень, які вчинюються неповнолітніми, здійснюється ними опосередковано і є похідним від їх основної діяльності. До спеціальних відносяться: уповноважений центральний орган виконавчої влади у справах сім'ї та молоді, Республіканський комітет у справах сім'ї та молоді Автономної Республіки Крим, служби у справах неповнолітніх обласних, Київської та Севастопольської міських, районних державних адміністрацій, виконавчих органів міських і районних у містах рад; школи соціальної реабілітації та професійні училища соціальної реабілітації органів освіти; центри медико-соціальної реабілітації неповнолітніх закладів охорони здоров'я; центри соціально-психологічної реабілітації неповнолітніх служб у справах неповнолітніх; притулки для неповнолітніх служб у справах неповнолітніх; кримінальна міліція у справах неповнолітніх органів внутрішніх справ; приймальники-розподільники для неповнолітніх органів внутрішніх справ; спеціальні виховні установи Державного департаменту України з питань виконання покарань; громадські вихователі неповнолітніх; комісії з питань запобігання дитячій бездоглядності та соціальної реабілітації неповнолітніх; консультативні пункти центру соціальних служб для молоді, які утворюються в притулках для неповнолітніх; суди; прокуратура; громадські формування з охорони громадського порядку. Особливість спеціальних суб'єктів полягає у тому, що попередження адміністративних правопорушень, які вчинюються неповнолітніми, є одним із їх завдань та повноважень [1, 5].

Виявлення причин та умов, що сприяють вчиненню адміністративних правопорушень, є одним із завдань провадження в справах про адміністративні правопорушення, що передбачено ст. 245 КпАП України. А відповідно до ст. 282 КпАП України, орган (посадова особа), який розглядає справу, встановивши причини та умови, що сприяли вчиненню адміністративного правопорушення, вносить у відповідний державний орган чи орган місцевого самоврядування, громадську організацію або посадовій особі пропозиції про вжиття заходів щодо усунення цих причин та умов. Про вжиті заходи протягом місяця з дня надходження пропозиції повинно бути повідомлено орган (посадову особу), який вніс пропозицію [2].

Щодо адміністративної відповідальності як одного з елементів попередження адміністративних правопорушень, які вчинюються неповнолітніми, то слід зазначити, що вона носить виховний характер, так як до неповнолітніх у віці від шістнадцяти до вісімнадцяти років, як правило, застосовуються заходи впливу, які не є адміністративними стягненнями, зокрема, це: зобов'язання публічно або в іншій формі попросити вибачення у потерпілого; застереження; догана або сувора догана; передача неповнолітнього під нагляд батькам або особам, які їх замінюють, чи під нагляд

педагогічному або трудовому коллективу за їх згодою, а також окремим громадянам на їх прохання.

Підводячи підсумок зазначимо, що попередження адміністративних правопорушень, які вчинюються неповнолітніми, є гуманним, дійєвим та найбільш ефективним засобом скорочення кількості адміністративної деліктності, оскільки воно пов'язане з такими заходами з боку держави і суспільства, які спрямовані не лише на виявлення і усунення причин та умов, що сприяють правопорушенням, а й на утримування неповнолітнього від їх вчинення, припинення правопорушень та притягнення їх до відповідальності. Однак для того, щоб попередження правопорушень серед неповнолітніх було ефективним, необхідно спрямувати зусилля всього суспільства на забезпечення гармонійного розвитку підлітків, з одного боку, та при повазі до їх особистості, з другого. Лише суспільство, яке шанує своїх дітей, спроможне навчити їх з повагою ставитися до виконання встановлених ним правил поведінки.

Література

1. Адміністративна відповідальність: Навчальний посібник / За заг. ред. Т.О Коломоєць. – К.: Істина, 2011. – 184 с.
2. Кодекс України про адміністративні правопорушення: чинне законодавство із змінами та допов. на 18 вересня 2011 року: (Відповідає офіц. текстові) – К.: Алерта ; ЦУЛ, 2011. – 224с.
3. Литвак О. М. Державний вплив на злочинність: кримінологічно-правове дослідження / Литвак О. М. – К. : Юрінком Інтер, 2000. – 280 с.
4. Додин Е. В.Административная деликтология / Додин Е. В. – О. :АО БАХВА, 1997. – 112 с.
5. Саркисов Г. С. Социальная система предупреждения преступности / Саркисов Г. С. – Ереван : Айастан, 1975. – 158 с.
6. Про попередження насильства в сім'ї: Закон України від 15 листопада 2001 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 10. – Ст. 70.

**Коцинян Меружан**
студент 3 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: к.ю.н., доцент Синєокий О.В.

## РЕФОРМУВАННЯ ОДЕРЖАННЯ ХАБАРА ТА ПРОПОЗИЦІЇ АБО ДАВАННЯ ХАБАРА, ШЛЯХОМ ОБ'ЄДНАННЯ ЦИХ ЗЛОЧИНІВ В ОДИН СКЛАД ЗЛОЧИНУ ЯК ХАБАРНИЦТВО

Актуальність цієї статті полягає в тому, що протягом останніх років боротьба з хабарництвом стала одним з головних напрямів діяльності правоохоронних органів та інших органів державної влади, без більш точної та конкретної теоретичної основи, ці напрями будуть менш ефективними.

Питанням хабарництва піднімалось як в роботах вчених радянської доби, так і в сучасних наукових дослідженнях. Так, до 1991 року, проблематикою хабарництва активно займались: Б.В. Волженкін, А.Н. Волобуєв, П.І. Грішаєв, А. І. Гуров, Н.Д. Дурманов, Б.В. Здравомислов, М.П. Карпушин, О.Х. Качмазов, Н.П. Кучєрявий, В.Д. Меньшагін, А.А. Піонтковскій, О.Я. Свєтлов, В.М.

Чхіквадзе, та ін. Серед сучасних (з 1991 року) розробок науковців, варто відмітити роботи О.Ф. Гіди, О.М. Джужи, О.О. Дудорова, А. П. Закалюка, М.І. Камлика, В.В. Коваленка, О.Є. Користіна, М.І. Мельника, В.П. Таранухи, І.В. Тарасюк, М.І. Хавронюка, В.І. Шакуна.

Так, зокрема, А.Н. Трайнін вважав, що визначення хабарництва міститься у понятті одержання хабара, яке містилося в ст.117 КК РСФСР 1926 року. Водночас, давання хабара А.Н. Трайнін відносив до особливої форми співучасті у хабарництві [1, 47].

М.І. Мельник під хабарництвом розуміє одну з найбільш небезпечних форм корупції, що є використанням службовими особами в особистих або вузько групових інтересах службових повноважень, пов'язаних з ними авторитету та можливостей [2, 25].

Термін «хабарництво» також відображено у Великому тлумачному словнику сучасної української мови означає одержання хабарів службовою особою [3, 1337].

Відповідно до ст. 368 Кримінального Кодексу України, одержання службовою особою у будь-якому вигляді хабара за виконання чи невиконання в інтересах того, хто дає хабара, чи в інтересах третьої особи будь-якої дії з використанням наданої їй влади чи службового становища, а відповідно до ст.369 Кримінального Кодексу України передбачений злочин за пропозицію або давання хабара [4].

Згідно з двома цими статтями, якими передбачені злочини можна зрозуміти, що ці злочини не можуть існувати окремо один від одного, бо без пропозиції або давання хабара, службова особа, звісно не може його одержати, так і навпаки. Поняття хабарництво повинно включати у себе два склади злочинів: одержання та давання хабара.

Н.Д. Дурманов та А.Н. Трайнін притримуються думки, що при цьому що ці два склади злочинів повинні розглядатися не як самостійні, а як один складений. На мою думку це є доцільним, бо хабарництво воно є закінченим злочином тоді, коли обидва сторони, як той хто давав хабар, як і той хто одержав його, отримали той конечний результат, до якого були вони згодні до цього.

Згідно ч.1 ст.11 КК, злочином є передбачене Кримінальним Кодексом суспільно небезпечне винне діяння(дія або бездіяльність), вчинене суб'єктом злочину[4]. Взагалі все здається зрозумілим, але яким же є суспільно небезпечне діяння, якщо особа дала пропозицію хабара, який передбачений у ст. 369. Чим порушуються інтереси суспільства? Я вважаю, що пропозиція або давання хабара є незакінченим злочином, тому вона і не може підпадати під поняття злочин, як суспільно небезпечне винне діяння. Пропозиція або давання хабара ефективніше буде виявляти себе як злочин, тільки у тому разі коли буде одержаний хабар, тоді саме в цей момент і порушуються інтереси суспільства і саме в цей момент проявляються ознаки корупційних діянь.

В Словнику російської мови С.І. Ожегова під хабарництвом розуміється службовий злочин, який полягає в отриманні хабара [5, 73]. У даному випадку

хабарництво визначається уже не як просто звичай, а як конкретний вид злочину, саме поняття хабарництва дещо конкретизовано, хоча не достатньо.

Н.Д. Дурманов запропонував окремий підхід щодо поняття хабарництва, яке охоплювало собою давання та одержання хабара. Він обґрунтовував, що "найбільш правильним буде розглядати одержання і давання хабара, не як два самостійних склади злочинів, а як один складений злочин " [6, 21].

Така думка була ще в радянські часи, але на мою думку вона є вірною. Також щоб хотілося зазначити, так це те, що хабарництво не тільки включає себе як і пропозицію або давання хабара та одержання хабара, а і включає в себе як співучасть, тобто якщо «хабародавець» та «хабароодержувач» досягають угоди, яка є одержання службовою особою грошей, або певних цінностей, то притягувати як одного, як і другого до відповідальності.

При дослідженні злочинів, передбачених ст.368,369 КК, я прийшов до висновку, що відокремивши ці два злочини, під окремі статті КК, держава себе поставила під більшу охорону, та відгородила від себе будь-які підозри, які можуть бути у їх адресу. Держава передбачила відповідальність осіб, які пропонують хабар, але де суспільна небезпека, і за що особу притягувати до кримінальної відповідальності, за те що вона запропонувала винагороду? Я думаю це є недоцільним. При дослідженні багатьох аспектів поняття «хабарництва» можна прийти до багатьох висновків. Також багато вчених тлумачили по різному це поняття.

Так Б.В. Здравомислов, вказує на те, що поняття хабарництва варто розглядати в широкому та вузькому значенні. У вузькому значенні поняття «хабарництво» визначається таким складом злочину як одержання хабара, а в широкому – трьома складами злочинів: одержання хабара, давання хабара та посередництво у хабарництві. Також схожої позиції притримується М.І. Мельник, зазначаючи при цьому, що хабарництво, спочатку повинне розглядатись як одне з форм проявів корупції, яка є значно ширшим поняттям і включає в себе хабарництво як таке А потім зазначає, що це сукупність кримінально-караних діянь, вчинення яких безпосередньо пов'язано з даванням та одержанням хабара.

Згідно з вище сказаним, можна виділити таке поняття в Кримінальному Кодексі як «хабарництво», що є угодою між «хабародавцем» та «хабароодержувачем» про вчинення останнім певних дій, в інтересах того хто дає хабар, за рахунок отримання за це грошової, матеріальної, або ціннісної винагороди.

Можна зробити висновок, що статті 368, 369, якими передбачені злочини, як одержання хабара, та пропозиція або давання хабара, потребують змін. По – перше, що хотілося б зазначити, це те що ці статті не повинні виокремлюватись, вони один без одного не можуть існувати. Передбачені цими статтями злочин, краще б було об'єднати в одну статтю, та назвати норму «Хабарництво», та викласти чітку, послідовну диспозицію цієї норми.

По-друге ввести нове поняття як «хабарництво» у КК, та чітко визначити його за тим у якому разі особи, які притягуються до кримінальної

відповідальності, будуть нести покарання, а у якому випадку ці особи можуть звільнитися від покарання і при яких обставинах.

Література

1. Трайнин А.Н. Уголовное право. Особенная часть: Должностные и хозяйственные преступления : [учебник] / Трайнин А. Н. — М. : Юрид. Издательство НКЮ СССР, 1938. — 136 с.
2. Мельник М. І. Хабарництво : загальна характеристика, проблеми кваліфікації, удосконалення законодавства / Мельник М. І. — К. : Парламентське видавництво, 2000. — 256 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел.].— К. ; Ірпінь : Перун, 2002. — 1440 с.
4. Кримінальний кодекс України // Відомості Верховної Ради. – 2001. - № 25–26 – Ст.11, 368, 369.
5. Ожегов С. И. Словарь русского языка / Ожегов С. И.; гл. ред. С.П. Обнорский. — М.: Гос. изд. иностр. и нац. словарей, 1949. — 968 с.
6. Дурманов Н. Д. Уголовная ответственность за взяточничество по действующему уголовному законодательству / Н. Д. Дурманов // Проблемы социалистического права: сб.2. — М., 1937. — С. 20—23.

**Латишев Кирило**
студент 3 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: к.ю.н., доц. Синєокий О.В.

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СПІВВІДНОШЕННЯ КАТЕГОРІЙ «ГРОМАДСЬКА БЕЗПЕКА» ТА «ГРОМАДСЬКИЙ ПОРЯДОК»

Актуальність теми обумовлена, по-перше, тим, що конкретні кримінально карані діяння, які вчиняються, можуть посягати відразу на декілька охоронюваних державою суспільно значущих благ; по-друге, розподіл злочинів між розділами Особливої Частини Кримінального Кодексу, як і визначення самого переліку цих розділів має бути всебічно і науково обґрунтованим.

Метою даного дослідження є встановлення сутності та правової природи таких охоронюваних кримінальним законом благ як «громадська безпека» та «громадський порядок», а також виявлення співвідношення між ними.

Правову природу громадської безпеки досліджували І.В. Зозуля [1, 76] та І.І. Ларіонов [2, 156], а громадського порядку як об’єкту кримінально-правової охорони – І.М. Копотун [3, 5].

Основною метою кримінального права є охорона тих чи інших суспільних благ, визначених державою. Загальновідомим є те, що поділ злочинів на певні групи у вітчизняному Кримінальному Кодексі відбувається на підставі об’єкта посягання. Однак, деякі розділи Особливої Частини Кримінального Кодексу України спрямовані на захист декількох суспільно значущих благ. Прикладом є Розділ XII, який визначає злочини проти громадського порядку та моральності. В подібних випадках необхідним є належне наукове обґрунтування об’єднання в межах одного розділу тих чи

інших кримінально караних діянь. Вирішення цієї проблеми потребує відповіді на деякі фундаментальні питання кримінального права: особливості розмежування об'єктів злочинів, а також відмежування самих злочинних діянь. Результати наукових пошуків в даному напрямку можуть мати практичне значення: формулювання складів злочинів буде таким, яке не потребуватиме кваліфікації того чи іншого злочинного діяння за сукупністю статей, а це означає, що кожна окрема кримінально-правова норма буде більш точно описувати юридично значущі факти матеріальної дійсності.

Основу процесу пізнання складає дедуктивний метод, який проявляються у тому, що гносеологічний процес проходить у напрямку від загального до конкретного.

Отже, в найбільш загальному вигляді «безпека» як філософська категорія означає відсутність небезпеки. Однак, пізнання природи певного явища через вказівку на відсутність іншого явища без розкриття сутності останнього не дає змоги виконати поставлені перед дослідженням цілі. Тому, для належного та повного розкриття змісту поняття «безпека» необхідним є визначення сутності поняття «небезпека». Отже, враховуючи вищезазначене, категорії «безпека» може бути дано наступне визначення: безпекою є відсутність реальних та гіпотетичних факторів негативного впливу на той чи інший об'єкт. Ним може бути особистість, громадськість, держава, нація міжнародне співтовариство.

Розкриваючи правову природу громадської безпеки і виходячи із наведеного вище визначення безпеки, її можна визначити як відсутність реальних або гіпотетичних юридично значущих факторів негативного впливу на невизначене коло осіб.

Описані вище методологічні засади пізнавального процесу доцільно застосувати при визначенні поняття «громадський порядок». Порядок, як філософська категорія, є протилежним за значенням категорії «хаос», і являє собою відповідність стану матеріальної дійсності або окремих її складових певним нормам або алгоритмам. Однак, дане дослідження не потребує настільки широкого за своїм змістом поняття., тому в його рамках доцільно було б оперувати категорією «правопорядок», яка означає відповідність суспільних відносин нормам, встановленим суб'єктами публічної влади, однак в Кримінальному кодексі міститься конкретизована конструкція «громадський порядок», яка означає наявність порядку в рамках певної спільноти.

Говорячи про співвідношення категорій «громадська безпека» та «громадський порядок», доцільно зазначити, що дані категорії є своєрідним проявом двох основних функцій права – відповідно охоронної та регулятивної. Громадська безпека уособлює охоронну функцію, а громадський порядок – регулятивну. Вони, як і ці функції, будучи якісно різними за своєю природою, взаємопов'язані. Цей зв'язок проявляється у тому, що певне діяння, порушуючи громадський порядок, може створити небезпеку для суспільства, і навпаки – порушення громадської безпеки є порушення відповідності суспільних відносин правовим нормам – громадського порядку. Іншими словами, діяння, яка посягає на одне з досліджуваних благ, не може не посягати на інше. Прикладами є групове порушення громадського порядку; масові заворушення;

заклики до вчинення дій, що загрожують громадському порядку; хуліганство. З цього можна зробити висновок, що злочини проти громадської безпеки в будь якому разі посягають на громадський порядок, а злочини проти громадського порядку посягають на громадську безпеку. Критерієм відмежування цих категорій від інших охоронюваних кримінальним законом благ є те, що відповідні діяння заподіюють або можуть заподіяти шкоду невизначеному колу осіб. Важливо те, що цей критерій не тільки відмежовує громадську безпеку та громадський порядок від інших об'єктів захисту державою, але також є спільним для них. Із зазначеного вище можна зробити висновок про недоцільність закріплення злочинів проти громадської безпеки та злочинів проти громадського порядку в різних розділах Кримінального Кодексу України.

Необхідно зазначити, що в кримінальному законодавстві деяких зарубіжних країн, окрім зазначених вище, використовується така правова конструкція як «громадське здоров'я». Аналіз відповідних злочинів дає підстави говорити про те, що громадське здоров'я являє собою сукупність таких фізіологічного та психологічного стану організму невизначеного кола осіб, які відповідають медичним нормам. Особливістю посягань на дане благо є те, що відповідні діяння, являючи собою злочини проти здоров'я людини, вони, однак, спрямовані проти суспільства.

Необґрунтованість поміщення злочинів проти громадської безпеки та громадського порядку в різних розділах КК є складовою більш серйозного недоліку вітчизняного закону про кримінальну відповідальність, порівняно із зарубіжними. Справа у тому, що кодекси Росії, Білорусі, більшості інших пострадянських країн мають дещо іншу структуру: в них загальна та особлива частини поділені на розділи, а розділи – на глави. Це дозволяє використовувати два критерії їх поділу, причому один застосовується в рамках іншого і конкретизує його. Наприклад, на першому рівні поділ здійснюється за об'єктом посягання, на другому – за сферою суспільних відносин, в межах якої вчиняється діяння. Або на другому рівні можуть виділятись видові об'єкти по відношенню до того, який захищається всім розділом.

Підводячи підсумки, слід зазначити, що Кримінальний Кодекс України потребує реструктуризації, яка повинна відбуватись у два етапи: на першому етапі має бути здійснений перерозподіл злочинних діянь між розділами, зокрема, злочини проти громадського порядку та злочини проти громадської безпеки доцільно розмістити в одному розділі. На другому етапі доцільним є розподіл наявних у кодексі розділів главами за зразком кримінальних Кодексів РФ, та Республіки Білорусь.

Література

1. Громадська безпека як об'єкт захисту за адміністративним і кримінальним законодавством України / І.В. Зозуля // Право і безпека. — 2003. — 2, N 1. — С. 76-83. — Бібліогр.: 26 назв. — укр.

2. Громадська безпека як родовий об'єкт злочинів / І.І. Радіонов // Право і безпека. — 2003. — 2, N 4. — С. 156-159. — Бібліогр.: 9 назв. — укр.

3. Громадський порядок як об'єкт кримінально-правової охорони: автореф. дис... канд. юрид. наук / І.М. Копотун; Київ. нац. ун-т внутр. справ. — К., 2008. — 20 с. — укр.

**Лепська Альона**
студентка 3 курсу Економіко-правничого коледжу ЗНУ
Наук. кер.: Гриценко О.В.

## КОМП'ЮТЕРНІ ЗЛОЧИНИ ЯК ПОРУШЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ДЕРЖАВІ

На сучасному етапі розвитку з удосконаленням комп'ютерних технологій все більше зростає динаміка злочинів, пов'язаних з використанням електронно-обчислювальних машин (комп'ютерів), систем та комп'ютерних мереж. Тому проблема інформаційної безпеки і її правового забезпечення знаходиться у фокусі суспільної уваги.

Проблеми комп'ютерної злочинності впродовж останніх років знайшли своє відображення в роботах Ю. Батурина, В. Безсонова, В. Вехова, П. Гудкова, В. Крилова, В. Курушина, В. Ларічева, Ю. Ляпунова, В. Максимова, Н. Польового, Л. Прохорова, Т. Смирнової, Е. Суханова, С. Ушакова, А. Харкевича, Л. Шершньова, Н. Шумилова та інших вчених.

Н. Шумілов під інформаційною безпекою розуміє стан захищеності інформаційної сфери держави, суспільства, особистості, що забезпечується комплексом заходів щодо зниження, запобігання або виключення негативних наслідків від впливу на елементи інформаційної сфери [1].

Стан інформаційної безпеки порушують інформаційні злочини, під якими В. Крилов розуміє суспільно небезпечні діяння, вчинені у сфері інформаційних правовідносин та заборонені кримінальним законом під загрозою покарання [2]. Найчастіше інформаційні злочини є несанкціонованим втручанням у сферу інтелектуальної власності.

Законодавство України про авторське право і суміжні права базується на Конституції України ( 254к/96-ВР ) і складається з відповідних норм Цивільного кодексу України ( 1540-06 ), законів України "Про власність" ( 697-12 ), "Про кінематографію" ( 9/98-ВР ), "Про телебачення і радіомовлення" ( 3759-12 ), "Про видавничу справу" ( 318/97-ВР ), "Про розповсюдження примірників аудіовізуальних творів та фонограм" ( 1587-14 ) та інших законів України, що охороняють особисті немайнові права та майнові права суб'єктів авторського права і суміжних прав. Ця нормативно-правова база зазначена в ст. 2 Закону «Про авторське право і суміжні права» [3].

Згідно зі ст. 418 Цивільного Кодексу України «Поняття права інтелектуальної власності» право інтелектуальної власності – це право особи на результат інтелектуальної, творчої діяльності або на інший об'єкт права інтелектуальної власності, визначений цим Кодексом та іншим законом. Право інтелектуальної власності становлять особисті немайнові права та (або) майнові права, зміст яких щодо певних об'єктів права визначається цим Кодексом та іншим законом, та є непорушним. Ніхто не може бути позбавлений права

інтелектуальної власності чи обмежений у його здійсненні, крім випадків, передбачених законом [4].

Значну роль у забезпеченні права власності має Закон «Про розповсюдження примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних», який вказує у ст. 11, що особи, винні у незаконному виготовленні, підробці, використанні або збуті незаконно виготовлення, одержаних чи підроблених контрольних марок для маркування примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних, притягаються до адміністративної та кримінальної відповідальності відповідно до закону. Ця відповідальність покладена законодавцем і на осіб, винних у незаконному розповсюдженні означених примірників [5].

Технічний прогрес завдяки розвитку новітніх технологій став поштовхом до розвитку незаконних дій з інформацією (яка обробляється в електронно-обчислювальних машинах (комп'ютерах), автоматизованих системах, комп'ютерних мережах або зберігається на носіях такої інформації), що вчиняються особою, яка має право доступу до неї. Ці дії передбачають кримінальну відповідальність згідно із ст. 362 Кримінального Кодексу України [6].

Згідно із ч.1 ст. 361 ККУ можна представити класифікацію предмету інформаційно-комп'ютерного злочину: 1) електронно-обчислювальна машина (ЕОМ) – комп'ютер; 2) автоматизовані комп'ютерні системи (АКС); 3) комп'ютерні мережі; 4) носії комп'ютерної інформації; 5) комп'ютерна інформація [6]. У визначенні предмета комп'ютерних злочинів (за обсягом) можна виділити дві точки зору. Одні автори вважають, що предмет комп'ютерних злочинів – це машинна інформація, комп'ютер, комп'ютерна система або комп'ютерна мережа; інші – тільки комп'ютерна інформація. Родовим об'єктом комп'ютерних злочинів є суспільні відносини у сфері забезпечення безпеки використання автоматизованих систем обробки даних, нормальних прав та інтересів осіб, суспільства і держави, що активно користуються електронно-обчислювальною технікою. Безпосередній об'єкт – це конкретні права та інтереси з приводу використання таких систем (право власника системи на недоторканність міститься в ній, зацікавленість в правильній експлуатації системи).

Об'єктивна сторона комп'ютерних злочинів може виражатися в активних діях (наприклад, в незаконному втручанні в роботу автоматизованих електронно-обчислювальних машин (комп'ютерів), їх систем чи комп'ютерних мереж, в розповсюдженні комп'ютерного вірусу (ст. 361 ККУ), а також в злочинній бездіяльності, наприклад, при порушенні правил експлуатації автоматизованих електронно-обчислювальних машин, їх систем чи комп'ютерних мереж (ст. 363 ККУ). Для об'єктивної сторони цих злочинів потрібне не тільки вчинення суспільно небезпечного діяння (незаконне втручання в роботу ЕОМ, викрадення, привласнення комп'ютерної інформації тощо), а й настання суспільно небезпечних наслідків (перекручення або знищення комп'ютерної інформації чи носіїв такої інформації, заподіяння

істотної шкоди власнику ЕОМ (комп’ютерів), систем та комп'ютерних мереж (ч. 2 ст. 361 ККУ). При цьому вимагання комп’ютерної інформації може розглядатися і як злочин з формальним (і усіченим) складом [6].

Мотиви і цілі комп’ютерних злочинів можуть бути різними – помста, заздрість, прагнення до володіння інформацією. Якщо ж, наприклад, викрадення інформації, вчиняється з корисливих мотивів і містить ознаки складу шахрайства, вчинене слід кваліфікувати за сукупністю злочинів – за статтями 362 і 190 ККУ [6].

Суб’єкт комп’ютерного злочину – будь-яка особа, а у деяких випадках суб’єкт спеціальний – службова особа (ст. 362 ККУ), особа, відповідальна за експлуатацію ЕОМ (ст. 363 ККУ) [6].

Суб’єктивна сторона злочину характеризується прямим умислом щодо діянь і необережністю щодо наслідків. Саме ж порушення правил експлуатації автоматизованих електронно-обчислювальних систем, їх систем чи комп’ютерних мереж (ст. 363 ККУ) може бути як умисним, так і необережним. Кваліфікуючими ознаками (ч. 2 ст. 361 ККУ) злочину є вчинення його: 1) повторно; 2) за попередньою змовою групою осіб; 3) заподіяння ним істотної шкоди [6].

На думку автора, комп’ютерні злочини, що спрямовані на державу або на певних юридичних чи фізичних осіб, передбачають декілька варіантів своєї реалізації, серед яких можна назвати такі: недостовірні свідчення, недобросовісна конкуренція; вторгнення у приватне життя; психологічний тиск, наслідком якого може стати навіть доведення до самогубства, насилля, зокрема прояв його в релігійних сектах; тероризм – психологічний (створення паніки), матеріальний, знищення державної бази даних; диверсія; рейдерство, створення конвертаційних центрів, хибних інтернет-магазинів, шахрайство; продаж неякісної, несертифікованої продукції; крадіжка, грабіж, оскільки гроші – можуть бути електронним сигналом; розвідка, шпигунство, державна зрада, крадіжка конфіденційної інформації, несанкціоноване перехоплення або копіювання, знищення або блокування інформації; знущання над державними символами; перешкоджання виконання службових обов’язків; організація людей задля скоєння злочину проти основ національної безпеки; розпал ксенофобії і міжнаціональної ворожнечі; саботаж; дискредитація; підробка документів.

Література

1. Шумілов Н.І. Криміналістичні аспекти інформаційної безпеки. Автореф. дис. канд. юрид. наук. – СПб, 1997. – 24 с.
2. Крилов В.В. Розслідування злочинів у сфері інформації. – М., 2005. – 180 с.
3. Закон України «Про авторське право і суміжні права» [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T379200.html
4. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15.
5. Закон України «Про розповсюдження примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних» [Електронний ресурс]

/ Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1587-14&print=1
6. Кримінальний кодекс України [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T012341.html.

**Лиходід Максим**
слухач магістратури юридичного фак-ту
Наук. кер.: к.ю.н., доцент Пирожкова Ю.В.

## ДІЯЛЬНІСТЬ ДІЛЬНИЧОГО ІНСПЕКТОРА МІЛІЦІЇ У ПРОТИДІЇ ТА ПОДОЛАННЯ НАСИЛЛЯ У СІМ'Ї ЯК ЗАСІБ ПРОФІЛАКТИКИ ПІДЛІТКОВОЇ ЗЛОЧИННОСТІ: ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВА ВДОСКОНАЛЕННЯ

На шляху становлення України як демократичної, правової держави досі існують проблеми у правоохоронній діяльності. Важливим покажчиком рівня розвитку держави є стан злочинності серед неповнолітніх, однак у сучасних умовах розвитку держави вирішення зазначеного питання залишається на незадовільному рівні. Таким чином, на нашу думку, важливої уваги заслуговує питання протидії та подолання дитячої злочинності в Україні, що є актуальним питанням сьогодення.

Питання злочинної діяльності вивчали такі вчені як Євдокіменко С.В., Зеленцький В.С., Камінський М.К., Дулов А.В., та інші вчені-криміналісти та кримінологи.

У свої працях вчені-криміналісти зазначали, що злочинність є породженням соціально-економічних умов життя суспільства і відображенням його характеру на кожному конкретному історичному етапі розвитку. Злочинність ніколи не була простою сукупністю злочинів, що вчинюються, а виступала закономірним соціальним явищем. Тому злочинність повинна розглядатися та вивчатися не як "кримінальна хвороба" суспільства, а як соціальне явище, що у міру "дорослішання" злочинності робить все більший вплив на подальше існування держав і народів.

Боротьба зі злочинністю через реагування на конкретні злочинні проя-ви ніколи не підривала підвалини самої злочинності – це були лише окремі та розрізнені "уколи" в її організм, що постійно розвивається. Таким шляхом можна лише певним чином "приборкати" злочинність, але усунути, ліквідувати та, навіть, істотно обмежити її без цільового і безпосереднього впливу на соціальні корені й умови її існування та розвитку неможливо. У зв'язку з цим висловлюються думки, що слід вести мову не про боротьбу зі злочин-ністю, а про "протидію", "стримування", "нейтралізацію" злочинності [1]. За останні роки, підкреслює В.С. Зеленецький, "зростання злочинності в країні досягло розмірів, що загрожують нормальному функціонуванню держави, стало небезпечним для життєдіяльності суспільства" [2].

М.К. Камінський підкреслює, що "злочин, взятий у власне криміналістичному плані, виступає не тільки як юридичний факт, а і як предметна діяльність (інколи її фрагмент: дія, сукупність дій) людини" [3]. У зв'язку з цим

А.В. Дулов слушно зазначає, що не можна пізнати закономірності діяльності з розслідування, не вивчивши той об'єкт, на який вона спрямована, тобто злочинну діяльність [4]. Тому для підвищення ефективності боротьби зі злочинною діяльністю потрібне її вивчення як соціального феномена, як одного з різновидів соціально значимої людської діяльності.

Однак передумовою до розвитку в особистості відношення до злочинної діяльності є зростання людини в умовах обмеженості. Ми вважаємо, що підставами до формування особистості злочинця на одній ланці з соціальним становищем людини також слід зазначити обставини дитинства та пубертатного періоду.

Питання розвитку дитини в неблагонадійній сім'ї може призвести не тільки до жебракування, схильності до вчинення крадіжок та пияцтва, вчинення злочинів на сексуальному підґрунті, а також до надмірної жорстокості у разі виявлення у батьків насильницьких дій у відношенні дитини, що безпосередньо формує у дитини модель поведінки у соціумі.

Прислухаючись до думок Камінського М.К. та Дулова А.В. можливо зазначити, що особистість злочинця та вчинювані злочини виникають як з обставин життєдіяльності особи так і відношення особи до скованого злочину. Так наприклад дитина зростаюча в неблагонадійній сім'ї маюча нестачу коштів на харчування та особисті потреби, відсутність уваги батьків змушена до вчинення крадіжок або жебракування. Діти в родинах яких батьки зловживають спиртними напоями та над якими немає батьківської опіки най частіше починають на прикладі батьків вживати та зловживати спиртними напоями. Особи які зазнали фізичного та сексуального насилля в дитинстві з великою вірогідністю на підґрунті посттравматичного психічного розладу чи озлобленості можуть виявляти як надмірну агресію до однолітків та молодших за себе осіб, так і вчинювати злочини з використанням надмірної жорстокості майнового чи сексуального характеру.

Важливу роль у вирішенні питання насилля у сім'ї відіграє дільничний інспектор міліції. У свої праці дільничний інспектор міліції здійснює як загальну так і індивідуальну профілактику у цьому напрямку.

До питання загальної профілактики насилля в сім'ї відносяться такі заходи як виступи в робітничих колективах, на організаціях, підприємствах, виступи у навчальних закладах та активна співпраця з соціальними службами, вчинення інших заходів зазначеної спрямованості, але проваджувані заході та бесіди загалом містять інформацію загальної спрямованості, що не має конкретики з проблемного питання. На сьогоднішній день дільничні інспектори не мають у особистому користуванні матеріалу до лекцій чи інформаційних посібників з приводу підстав та обставин вчинення особами насильства в сім'ї з метою оголошення матеріалу та проведення виховної роботи у достатній мірі з населенням.

До питання індивідуальної профілактики насилля в сім'ї дільничними інспекторами міліції вживаються заходи по розгляді матеріалів у випадках вчинення насилля в сім'ї та вжиття мір щодо запобіжних заходів повторного вчинення насилля в сім'ї, постановка особи на профілактичний облік як особи

що вчинила насилля в сім'ї, притягнення до адміністративної відповідальності за вчинене правопорушення, проведення профілактичної бесіди з особою та направлення особи до соціальних служб, але вирішення питання індивідуальної профілактики з урахування кількості вчинюваних правопорушень залишається на рівні відбуття покарання за протиправне діяння, та на задовільному рівні не вирішується питання розгляду обставин та підстав до вчинення насильства в сім'ї у кожному випадку безпосередньо.

Вагоме значення у вирішенні питання протидії та подолання насилля в сім'ї відіграє Закон України «Про попередження насильства в сім'ї» №2789-III від 15.11.2001 року [5], що дає роз'яснення щодо органів та установ на які покладено вирішення питання про попередження насилля в сім'ї.

Однак вживання усіх зазначених заходів на сьогоднішній день не дає достатніх результатів до вирішення питання протидії насильства в сім'ї. На нашу думку усі зазначені заході мають загальну спрямованість та потребують більш детального розгляду.

Таким чином ми вважаємо за необхідне до вирішення зазначеного питання вжити заходів, щодо забезпечення дільничних інспекторів міліції матеріалами щодо проведення право-виховних лекцій по запобіганню насильства в сім'ї як з населенням в цілому так і з дітьми зокрема, необхідно внести до обов'язків психологів штатного складу відділень міліції, а у разі відсутності посади штатного фахівця-психолога вирішити питання залучення до проваджуваної дільничним інспектором міліції індивідуальної профілактично-виховної роботи з цього приводу фахівців психологів чи викладачів з відповідним рівнем підготовки. Вирішити питання про закріплення зазначених положень в чинному законодавстві.

Література

1. Тер-Акопов А.А. Уголовная политика Российской Федерации / А.А. Тер-Акопов. – М.: МНЄПУ. – 1999. – 60 с.
2. Бахин В.П. "Контркриминалистика" или новые задачи криминалистики/ В.П. Бахин, И.В. Гора // Актуальні проблеми держави та права. – Одеса. – 1998. – Вып.5. – С. 9-17.
3. Зеленецкий В.С. Возбуждение уголовного дела/ В.С. Зеленецкий– Х.: КримАрт. – 1998. – 340 с.
4. Гаєнко В.І. До питання про предмет криміналістики/ В.І. Гаєнко, С.О. Сафронов // Вісник ун-ту внутр. справ. – Х., 1999. – Вип. 9. – С.181–185.
5. Про попередження насильства в сім'ї: Закон України №2789-III від 15.11.2001 року/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2789-14.

**Мурашкіна Ю.Ю.**
студентка 3 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: д.ю.н., професор Коломоєць Т.О.

# ПОНЯТТЯ АДМІНІСТРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Актуальність обраної теми, полягає у тому що чинне законодавство України не дає визначення поняття адміністративної відповідальності і тому в теорії адміністративного права існує численна кількість точок зору стосовно цього соціально-правового явища. В юридичній літературі відносно проблеми і визначення адміністративної відповідальності існують різні підходи, іноді вони суттєво відрізняються один від одного. Адміністративна відповідальність – один із основних інститутів адміністративного права, що охоплює велику кількість адміністративно-правових норм, які характеризують і регулюють даний вид відповідальності. Проте ні Основи законодавства СРСР 1980 року про адміністративні правопорушення, ні відповідні кодекси, зокрема Кодекс України про адміністративні правопорушення, не закріпили розуміння адміністративної відпо-відальності у вигляді визначення (дефініції), хоча використовують це поняття. У КпАП дане поняття закріплено наступним чином: за основу взято дві ознаки – адміністративне правопорушення і адміністративне стягнення. Відсутність визначення адміністративної відповідальності в КпАП збіднює його зміст, позбавляє стержневої направленості правових норм, що дозволяє іноді в практичній діяльності суб'єктам, які застосовують законодавство, тлумачити норми Кодексу довільно, при бажанні у відповідності зі своїм баченням [1].

Аналіз точок зору з цього приводу дозволяє дійти висновку, що це поняття науковцями розглядається як один з інститутів адміністративного права, як форма забезпечення одного із заходів примусу (стягнення), як різновид юридичної (правової) відповідальності, як ефективний засіб запобігання правопорушень та забезпечення правопорядку, як певний стан суспільних відносин, який виникає внаслідок порушення законодавства.

На сучасному етапі розвитку державності України суттєво зростають роль і значення адміністративної відповідальності, направлені на забезпечення законності і правопорядку у сфері адміністративно-правового регулювання суспільних відносин, що склалися у державі.

Очевидним є те, що адміністративна відповідальність як важливий інструмент реагування на адміністративні правопорушення не виконує в повному обсязі покладені на неї завдання.

Українськими науковцями, вченими інших держав зроблена спроба проаналізувати та зрозуміти практичну і теоретичну важливість інституту адміністративної відповідальності. Протягом тривалого часу науковцями проведена робота з розробки проблеми адміністративної відповідальності і підготовки відповідної теоретичної бази для формування законодавства про адміністративні правопорушення та проекту Кодексу України про адміністративні проступки. У законодавстві про адміністративні правопорушення, яке склалося сьогодні, відсутня систематизація норм у рамках

одного закону, що призводить до конкуренції норм, не відповідності їх вимогам, які ставляться до правової форми, часто норми мають двозначне тлумачення змісту диспозиції статті [2].

У КпАП України закріплено “каральний” підхід до визначення поняття адміністративної відповідальності. Тому в такому розрізі це поняття, розкриваючи дану категорію, в повному обсязі не називає всі її структурні елементи, а замикається на одному елементі, фактично ототожнюючи поняття “відповідальність” і “покарання”.

І.А. Галаган зазначав, що питання про співвідношення відповідальності і покарання (стягнення) повинно бути вирішено на користь їх повного ототожнення. Це однопорядкові правові поняття. Вони стоять поряд і одне без іншого існувати не можуть. Будь-яка відповідальність і є певним покаранням, яке являє собою лише юридичну форму його вираження і виявлення [1]. Методологічно дане положення неправильне, тому що обмежує зміст відповідальності одним елементом. Воно ототожнює відповідальність і покарання, чим позбавляє категорію відповідальності змісту існування.

Категорії “покарання” і “відповідальність” історично розвивались, рухались кожна своїм шляхом і лише на певному етапі пройшло їх злиття, точніше входження “відповідальності” в юриспруденцію. Покарання – винятково юридична категорія, яка виникла в первіснообщинному суспільстві і з розвитком державності була поставлена на правову основу, пройшовши довгий шлях – від кровної помсти до санкцій, що встановлювались і застосовувались державними органами.

Адміністративну відповідальність слід розглядати в позитивному (перспективному) та ретроспективному (негативному) видах. У перспективному розумінні адміністративна відповідальність характеризується як відповідальне ставлення суб'єкта адміністративного права до своїх обов'язків і додержання заборон. У ретроспективному значенні - це специфічне правовідношення між державою (її органами й посадовими особами) та суб'єктом адміністративного правопорушення щодо реагування на вчинене правопорушення і на суб'єкт, що його вчинив, а також покладання на правопорушника виду й міри адміністративного стягнення [3].

Виділяють основні та похідні ознаки адміністративної відповідальності. До основних ознак відносять те, що адміністративна відповідальність:

1) є засобом охорони встановленого правопорядку;

2) нормативно визначена й полягає в застосуванні санкцій адміністративних правових норм;

3) супроводжується осудом із боку держави правопорушника та правопорушення;

4) пов'язана із застосуванням примусу та негативних для правопорушника наслідків;

5) реалізується у визначених законодавством процесуальних формах.

До похідних ознак відносять те, що:

1) підставою адміністративної відповідальності е не тільки проступки, передбачені нормами адміністративного права, а й порушення, передбачені

нормами інших галузей права (наприклад, житлового, трудового, земельного та ін.);
2) адміністративна відповідальність полягає в застосуванні до винних адміністративних стягнень;
3) право притягати до адміністративної відповідальності належить державним органам та їхнім посадовим особам;
4) існує особливий порядок притягнення до адміністративної відповідальності і т. ін.
Адміністративна відповідальність настає з досягненням 16-річ-ного віку (ст. 12 КУпАП).

Адміністративній відповідальності властиві ряд специфічних рис, які відрізняють її від інших видів юридичної відповідальності:
а) у випадках, прямо передбачених чинним законодавством, підставою відповідальності може бути не тільки адміністративне правопорушення (проступок), а й порушення інших галузей права. Такі заходи можуть застосовуватися при звільненні від кримінальної відповідальності, тобто за діяння, що містять ознаки злочинів, які не становлять великої суспільної небезпеки;
б) адміністративна відповідальність виявляється в накладенні на порушників певних видів адміністративних стягнень, специфічних за змістом і відмінних від інших заходів стягнення та впливу, які застосовуються в різних галузях права. Ці види адміністративних стягнень передбачені ст. 24 Кодексу України про адміністративні правопорушення та іншими законодавчими актами України;
в) адміністративні стягнення накладаються державними органами та їх посадовими особами, яким таке право надане законом. Їх перелік закріплений у розділі III КпАП України. Суб'єктами адміністративної юрисдикції є також районні (місцеві) суди (судді). Притягнення до адміністративної відповідальності за адміністративні проступки є обов'язком державних органів;
г) законодавством закріплено особливий, спрощений порядок притягнення до адміністративної відповідальності, що створює умови для його оперативності та економічності при використанні. Одночасно цей порядок містить необхідні гарантії законності, а також здіснення права на захист;
д) однією з важливих ознак, які характеризують адміністративну відповідальність, є те, що між правопорушником та органом (посадовою особою), який накладає стягнення, відсутні службові відносини. Застосування адміністративного стягнення не тягне за собою судимості і звільнення з роботи;
е) адміністративна відповідальність врегульована нормами адміністративного права, в яких наводиться повний перелік адміністративних проступків, стягнень та органів, уповноважених їх застосовувати;
є) правом на встановлення адміністративної відповідальності наділено певне коло суб'єктів: Верховна Рада України, Президент України, Кабінет Міністрів України, місцеві ради та їх виконавчі комітети з питань боротьби зі стихійним лихом, епідеміями та епізоотіями. Необхідно зазначити, що відповідно до ст. 92

Конституції України винятково законами України визначаються діяння, які є адміністративними правопорушеннями та відповідальність за них [2].

Б.М. Лазарєв висловив думку, що в більшості випадків шкода від кожного із правопорушень не настільки велика, щоб була необхідність передбачати кримінальну відповідальність. Для таких випадків, які часто зустрічаються, держава встановила адміністративну відповідальність, тобто відповідальність перед державою, яка менш сувора, ніж кримінальна, не тягне судимості і застосовується, як правило, не судом, а органами державного управління чи суддею одноособово [4].

Виходячи з характеристики сукупності ознак, К.С. Бєльский дає визначення адміністративної відповідальності як реагування держави на адміністративне правопорушення, що виражається в реалізації компетентним органом (посадовою особою) права пред'явити звинувачення певній особі, піддати протиправне діяння офіційній оцінці і у випадку негативної оцінки застосувати до винної особи адміністративне стягнення .

Отже, адміністративна відповідальність має особливості, що вирізняють її з-поміж інших видів відповідальності. Причому основна особливість - це те, що необхідною підставою для її застосування є наявність адміністративного правопорушення, а заходом впливу має бути адміністративне стягнення.

Література

1. Маркова Э. Административная ответственность по советскому праву/ Маркова Э.И., Туранов В.И. – Куйбышев: Изд-во Куйбышев. ун-та, 1978. – 250 с.

2. Галаган И.А. Административная ответственность в СССР. Процессуальное регулирование / Галаган И.А. – Воронеж: Юридическая литература, 1976. – С. 380 с.

3. Бельский К.С. Административная ответственность: генезис, основные признаки, структура / Бельский К.С. – Государство и право. – 1999. – № 12. – 410 с.

4. Лазарев Б.М. Советское административное право / Лазарев Б.М. – М.: Юристъ, 1990. – 480 с.

**Мяснянкіна Ксенія**
студентка 4 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: к.ю.н., доцент Лютіков П.С.

## СУДОВИЙ ПРЕЦЕДЕНТ, ЯК АНАЛОГІЯ ПРАВА В ГОСПОДАРСЬКОМУ СУДОЧИНСТВІ

Формування в Україні правової держави та утвердження принципу верховенства права вимагають, щоб правосуддя було передбачуваним. Для цього необхідно забезпечення єдності застосування актів законодавства судами, яке, у свою чергу, можливе за умови максимального наближення правозастосування, що здійснюється судами, до букви закону. Але перш за все хочу сказати, що я розумію під судовим прецедентом і як його можна

співвідносити з аналогією права та закону. Оскільки в законодавстві немає чіткого визначення звернемося до вікіпедії, яка дає визначення судовому прецеденту. Це рішення вищих судових органів у певній справі, що далі є обов'язковим для судів при розв'язанні аналогічних справ, звідси виходить, що все йде за аналогією. Аналогія (від грец. *analogia* – відповідність, схожість) – це схожість різних предметів, явищ, процесів у певних властивостях [1]. У процесі умовиводів за аналогією знання, отримане під час розгляду певного об'єкту, переноситься на менш вивчений, але схожий за істотними ознаками, якостями, властивостями об'єкт. Правова аналогія – це застосування норми до випадку, який нею не передбачений, але становить з юридичного погляду аналогію з тими випадками, для яких вона встановлена [2], це я спробую довести на прикладі господарського судочинства

Господарське судочинство – це форма здійснення правосуддя у господарських справах. Воно регулюється окремою галуззю публічного права – господарсько-процесуальним правом, що здійснює регулюючий вплив переважно імперативним методом, особливо в частині, що стосується діяльності суду. Відповідно до цього, суд у своїй діяльності підкоряється лише закону.

Відповідно до ч. 6 ст.4 Господарського процесуального кодексу забороняється відмова у розгляді справи з мотивів неповноти, неясності, суперечливості чи відсутності законодавства. Однак само по собі це законодавче положення, не є підставою для застосування господарськими судами закону і права за аналогією. За таких умов проблема застосування господарськими судами закону і права за аналогією набуває практичної гостроти і актуальності. Проте, в науці господарського права ця проблема досліджувалася недостатньо глибоко і носить фрагментарний характер. З цього приводу можна зустріти лише окремі висловлювання науковців-фахівців у галузі господарського права [3].

Аналогія закону і права – це правові явища, які мають і матеріально-правовий і процесуальний зміст. Законодавець це чітко усвідомлює. Тому в ст.8 ЦК йдеться про регулювання цивільних відносин за аналогією, а в ч.8 ст. 8 ЦПК і ч.7 ст.9 КАС йдеться про застосування закону і права за аналогією. У той же час регулювання матеріальних відносин за аналогією (тобто матеріально-правове явище) і застосування судом закону і права за аналогією (тобто процесуально-правове явище) пов'язані як попереднє і наступне правове явище. Тому, якщо ст.8 із Цивільного кодексу вилучити, то це не буде означати, що в цивільному законодавстві виникає прогалина, бо із ч.8 ст.8 ЦПК, що передбачає застосування судом аналогії закону і права за аналогією, непрямо випливає і за допомогою висновку від наступного правового явища (правозастосування) до попереднього виявляється правовий припис, відповідно до якого цивільні відносини можуть регулюватись у певних випадках в порядку аналогії. У свою чергу, якщо ч.8 ст.8 ЦПК виключити із цього Кодексу, то це ніяк не вплине на застосування до цивільних правовідносин закону і права за аналогією, бо така можливість непрямо випливає із ст.8 ЦК і виявляється за допомогою висновку від попереднього правового явища (регулювання цивільних відносин за

аналогією) до наступного (застосування закону і права до цивільних правовідносин за аналогією). Інша справа, що вилучення ч.8 ст.8 ЦПК із цього Кодексу створить проблему застосування закону і права за аналогією до трудових, земельних та інших спорів, що розглядаються в порядку цивільного судочинства.

Звернувшись до Господарського процесуального кодексу, ми помічаємо, що в ньому слова «аналогія закону» не згадуються. Разом із тим ч. 6 ст. 4 ГПК забороняє відмову у розгляді справи (за допомогою висновку від попереднього правового явища до наступного виявляється правовий припис, відповідно до якого забороняється і відмова у вирішення справи) з мотивів неповноти, неясності, суперечливості чи відсутності законодавства, яке регулює спірні відносини. Але ж вивести звідси в будь-який спосіб правову норму, яка приписує чи хоч би дозволяє господарському суду застосовувати закон за аналогією, без відриву від букви наведеного законодавчого положення неможливо. Отже, Господарський процесуальний кодекс питання про можливість застосування до спірних правовідносин закону за аналогією по вирішує. Не вирішує цей Кодекс і питання про можливість застосування за аналогією норм процесуального права, але ця проблема виходить за межі цієї статі.

Тоді слід звернутись до законодавчого акта, що встановлює норми матеріального права, Господарського кодексу. Але і в цьому Кодексі слова «аналогія закону» не згадуються, і ця правова конструкція не закріплюється у цьому законодавчому акті в будь-якій іншій лексичній та граматичній формі. Все-таки і це є недостатнім для висновку про те, що господарські суди не вправі застосовувати норми матеріального права за аналогією.

Свого часу Л.Піголкін писав, що правові норми, які регулюють нормальні, звичайні відносини, можуть застосовуватись за аналогією і без спеціальної вказівки закону, оскільки це само собою розуміється [4, 56]. На цей час викладену думку підтримує О.Беляневич стосовно господарських правовідносин з огляду па відсутність у ст. 4 ГПК зазначення на застосування закону за аналогією [5,82]. У сфері правозастооування немає нічого само собою зрозумілого: усі права та обов'язки мають бути встановлені прямо або непрямо, а в крайньому випадку відігосини повинні бути врегульовані в порядку аналогії закону або аналогії права.

Попри рішучі заперечення деяких фахівців у галузі господарського права майнові відносини у сфері господарювання, що засновані на юридичній рівності, майновій самостійності і вільному волевиявленні, — це цивільні відносини, як їх розуміння випливає із законодавчих актів, перш за все, із Цивільного та Господарського кодексів. Тому відсутність у Господарському і Господарському процесуальному кодексах будь-якого зазначення на можливість чи неможливість застосування до майново-господарських правовідносин закону за аналогією означає, що на майнові відносини у сфері господарювання поширюється чинність ч. 1 ст. 8 ЦК, відповідно до якої у випадках, коли «цивільні відносини не врегульовані цим Кодексом, іншими актами цивільного законодавства або договором, вони регулюються тими

правовими нормами цього Кодексу, інших актів цивільного законодавства, що регулюють подібні за змістом цивільні відносини (аналогія закону)». Отже, одна частина проблеми можливості застосування господарським судом до спірних правовідносин закону за аналогією законодавцем вирішується. Частина 1 ст. 8 ЦК як підстава аналогії закону застосовується і у випадку вирішення господарськими судами спорів, що випливають із корпоративних відносин. Якщо такий спір має майновий зміст, то застосування Цивільного кодексу до спірних правовідносин не може викликати будь-яких заперечень, оскільки майнова частина корпоративних відносин виведена за межі предмета Господарського кодексу. Якщо ж спір має суто організаційний зміст (не має майнової складової), Цивільний кодекс також застосовується, оскільки із цього Кодексу випливає, що законодавець визнає такі відносини цивільними, тобто відносить їх до предмета регулювання цивільного законодавства, хоч на такі відносини як предмет цивільного законодавства спеціально не вказується у ст. 1 ЦК.

Є, однак, інша частина проблеми застосування аналогії закону при здійсненні правосуддя у господарських справах. Вона пов'язана з тим, що господарські суди застосовують при розгляді та вирішенні справ не тільки матеріально-правові норми, що регулюють відносини, які засновані на майновій самостійності, вільному волевиявленні та юридичній рівності, а й матеріально-правові норми, що регуюють відносини, що мають виражений публічний характер. Це, зокрема, відносини, що регулюються законодавством про захист економічної конкуренції. Виникає питання про те, чи регулюються такі відносини в порядку аналогії закону і чи вправі господарський суд застосовувати до відповідних правовідносин закон за аналогією. За відсутності інших нормативних положень, які б допомогли дати відповідь на поставлені запитання, спробуємо знайти ці відповіді у принципі верховенства права. Цей принцип сам є регулятором суспільних відносин, у тому числі йому підпорядковується і правозастосовна діяльність судів. Але принцип верховенства права застосовується в останню чергу, якщо не можуть бути застосовані інші правові приписи чи принципи або такі приписи є, але вони вочевидь суперечать принципу верховенства права. У цьому випадку необхідно вирішити питання про те, чи має право господарський суд при вирішенні справи у публічно-правових спорах застосовувати закон за аналогією. З одного боку, Цивільний кодекс приписує застосовувати до спірних правовідносин у відповідних випадках закон за аналогією. Цей принцип адресується і господарським судам, якщо вони розглядають спори, що випливають із правовідносин, на які поширюється дія Цивільного кодексу. З другого боку, Кодекс адміністративного судочинства приписує застосовувати закон за аналогією при вирішенні справ, що випливають із публічно-правових відносин. Залишилась невелика група суспільних відносин, справ, які належать до юрисдикції господарських судів і стосовно яких ні матеріальне, ні процесуальне законодавство не вирішує питання про можливість чи неможливість застосування закону за аналогією. За таких умов розумно зробити висновок, що і при розгляді та вирішенні господарськими судами

публічно-правових спорів слід застосовувати закон за аналогією. Такий висновок своєю нормативною основою має принцип верховенства права, закріплений у ч. 1 ст. 8 Конституції України.

Але ж треба вибрати законодавчий акт, що встановлює правила застосування господарськими судами до спірних матеріальних публічних правовідносин закону за аналогією. Цілком очевидно, що в якості такого законодавчого акта слід вибрати Ко дскс адміністративного судочинства не тільки тому, що він регулює відносини щодо розгляду публічно-правових спорів, а ще й тому, що він допускає застосування за аналогією не тільки норм матеріального права, а й норм процесуального права (зауважимо, що ст. 4 ЦПК не передбачає застосування за аналогією процесуального закону, а ст. 8 ЦК не може такого передбачати відповідно до предмета правового регулювання). Отже, господарський суд має право прп розгляді публічно-правових спорів застосовувати норми матеріального і процесуального права за аналогією.

У деяких випадках застосовування аналогії закону зумовлене наявністю прогалин, що виникли на стадії правотворчості. В інших випадках прогалини виникають на стадії правозастосування, на яких безпосередньо я хочу зупинитися,у зв'язку з тим, що суб'єкт правозастосування доходить висновку про неможливість застосування певної правової норми внаслідок її очевидної невідповідності принципу верховенства права. Це особливо часто стосується правових норм, які виявляються при тлумаченні за допомогою висновку від протилежного оскільки такі правові норми зазвичай на стадії правотворчості опрацьовуються якнайменше.

Так, ч. 1 ст. 359 ГК передбачає можливість придбання банком грошової вимоги, що входить до змісту правовідносин щодо поставки товарів або надання послуг. Але весь спектр господарської діяльності суб'єктів господарювання, як така діяльність визначається у ч. 1 ст. З ГК, містить не тільки виготовлення та реалізацію продукції (поставку товарів — за термінологією ч. 1 ст. 350 ГК) і надання послуг, а й виконання робіт. Але із ч. 1 ст. 350 ГК непрямо випливає і за допомогою висновку від протилежного виявляється правова норма, згідно з якою не допускається відступлення грошових вимог, що випливають з виконання робіт або інших правовідносин, які не охоплюються формулюванням ч. 1 ст. 350 ГК. Ця правова норма «перебуває під захистом» ч. 2 ст. 9 ЦК і ч. 2 ст. 4 ГК, які визнають встановлені Господарським кодексом правові норми «особливостями» правового регулювання, які за логікою речей підлягають переважному застосуванню перед іншими нормами. Ллє ж нормою, що виявлена при тлумаченні ч. 1 ст. 350 ГК за допомогою висновку від протилежного, порушується засада рівного поводження, що входить до змісту принципу верховенства права, бо одні грошові вимоги за договором факторингу законодавець передавати дозволяє, а інші — ні. До того ж відсутня будь-яка мета такої диференціації правового регулювання. За таких умов правова норма, яка непрямо випливає із ч. 1 ст. 350 ГК, застосуванню не підлягає, а прогалина, яка утворилася, заповнюється правовою нормою, яка прямо випливає із ч. 1 ст. 350 ГК і яка допускає придбання банком вимоги, що випливає з поставки товарів або надання послуг.

Господарський кодекс, як і господарське законодавство в цілому, регулює не тільки цивільні або, як стали говорити ще за радянських часів, горизонтальні відносини, а ii так звані вертикальні відносини, тобто відносини між суб'єктами господарювання, з одного боку, та органами державної влади, органами місцевого самоврядування, принаймні у випадках, коли ці органи наділені господарською компетенцією, з другого. 1 все ж Автономна Республіка Крим як учасник таких відносини згадується у Господарському кодексі тільки в окремих випадках (етап і 11,115, 149, 246, 287,395). Узагалі ж у випадках, коли учасниками відносин у сфері господарювання називаються органи державної влади і органи місцевого самоврядування, органи влади Автономної Республіки Крим не згадуються. Не називаються вони як учасники відносин у сфері господарювання і у ст. 2 ГК. Коли у ст. 7 ГК називаються акти органів державної влади й органів місцевого самоврядування, якими регулюються відносини у сфері господарювання, то органи влади Автономної Республіки Крим також не згадуються. У статті 8 ГК йдеться про участь держави, органів державної влади, органів місцевого самоврядування в господарській діяльності, але про участь Автономної Республіки Крим у господарській діяльності і тут не йдеться.

Навіть коли встановлюється суто конкретне правило про відшкодування шкоди, завданої підприємцю, зокрема органами державної влади, органами місцевого самоврядування, не йдеться пі про шкоду, завдану органами влади Автономної Республіки Крим, пі про її відшкодування цими органами чи Автономною Республікою Крим (ч. 4 ст. 47 ГК). В усіх названих випадках із положень Господарського кодексу непрямо випливає і за допомогою висновку віл протилежного виявляються правові норми, згідно з якими органи влади Автономної Республіки Крим відповідних прав та повноважень не мають, обов'язків та відповідальності не несуть. Ці правові норми «перебувають під захистом» ч. 2 ст. 9 ЦК і ч. 2 ст. *4* ГК. І все ж вони порушують засаду рівного поводження, суперечать принципу верховенства права, а тому застосовуватись не можуть. Прогалина, що виникла, заповнюється правовими нормами, що непрямо встановлені або прямо випливають із тих положень Господарського кодексу, із яких до цього робились висновки від протилежного.

Викладене дає підстави для висновку про те, що застосування правової конструкції аналогії закону дає змогу наблизити правозастосування до змісту закону. Тому до Господарського і Господарського процесуального кодексів необхідно внести доповнення, передбачивши регулювання відносин у сфері господарювання в порядку аналогії закону та застосування господарськими судами правової конструкції аналогії закону.

Підсумовуючи вище викладене, слід наголосити, що судовий прецедент використовується через застосування аналогії закону та права, що на мій погляд є досить вдалою практикою на території України.

Література

1. Словарь иностранных слов. – 18-е изд., стер. – М. : Рус. яз., 1989. – С. 36.
2. Теория государства и права. – С. 423.

3. Коваль В.М. Застосування господарськими судами закону і права за аналогією, Харківський національний університет внутрішніх справ, - Форум права, 2011-№1.
4. Пиголкин А. С. Обнаружение и преодоление пробелов в праве // Советское государство и право. – 1970. - №3. – С. 49-57.
5. Беляневич О. Судова практика як засіб забезпечення деонтичної повноти господарського договірного права // Підприємство, господарство і право. – 2006. - №2. – С. 81-84.

**Наконечний Олексій**
студент 3 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: к.ю.н, доцент, Синєокий О.В.

## ВИЗНАЧЕННЯ СУБЭКТІВ ЗЛОЧИНУ ПОРУШЕННЯ АВТОРСЬКИХ ПРАВ З ВИКОРИСТАННЯМ ПІРІНГОВИХ ІНТЕРНЕТ МЕРЕЖ

Актуальність даної теми обумовлюється наявністю великої кількості способів порушення авторських прав, і на сучасному етапі, коли основним джерелом і сховищем інформації є інтернет, розвивається і злочинність в даній сфері, а саме порушення авторських прав.

Комп'ютерною та інтернет злочинністю займались такі дослідники як, Бутузов В.М., Кудінов В.А, Орлов Ю.Ю., Ткаліч В.Є., Санакоєв Д.Б. та багато інших науковців.

Метою даної роботи, є висвітлення системи за якою працюють пірінгові мережі та торрент – трекери, з чого виокремити особливість виділення суб'єкта злочину, з огляду принципів роботи подібних мереж. Розглянути практичний приклад, в якому наглядно показуються помилки обвинувачення у питанні «кого притягувати до відповідальності».

У ст.176 Кримінального кодексу України зазначається цілий перелік способів вчинення даного злочину, окрім того, вказаний перелік є невичерпним, оскільки передбачаються «…інші способи порушення авторського права…»[1].В даній статті буде розглянуто порушення авторського права з використанням пірінгових інтернет мереж, а саме через використання BitTorrent-трекерів. Для початку слід пояснити основні дефініції, які будуть фігурувати в даній роботі, а у яких дати пояснення основних принципів їх роботи.

Пірінгова мережа являє собою комп'ютерну мережу у якій відсутні виділені сервери, а кожен вузол є як клієнтом, так і сервером[4].

У свою чергу BitTorrent-трекер являє собою веб-сервер, що здійснює координацію клієнтів[2].

Для найбільш правильного розуміння актуальності теми, слід охарактеризувати принцип роботи даної системи. Передусім, є фізична особа у якої наявний аудіо-, відео- запис, програмне забезпечення чи інший об'єкт авторського права у вигляді електронного файлу. З метою його розповсюдження, вищезазначена особа, створює окрему тему на форумі торрент-трекеру, де вказує всі технічні та інші данні файлу, а також торрент

файл у якому зазначається IP- адреса цієї особи, за допомогою якої, можна здійснити доступ до даного електронного файлу та завантажити його.

Перед початком завантаження клієнт приєднує до трекеру за адресою, зазначеною в торрент-файлі, повідомляє йому свою адресу і хеш-суму торрент-файлу, на що у відповідь клієнт одержує адреси інших клієнтів, що завантажують або, що роздають цей же файл. Далі клієнт періодично інформує трекер про хід процесу й одержує оновлений список адрес. Цей процес називається оголошенням[2].

Клієнти з'єднуються один з одним і обмінюються сегментами файлів без особистої участі трекера, який лише зберігає інформацію, отриману від підключених до обміну клієнтів, список самих клієнтів і іншу статистичну інформацію. Для ефективної роботи мережі Bittorrent необхідно, щоб якнайбільше клієнтів були здатні ухвалювати вхідні з'єднання.

Ознайомившись з принципами роботи даної системи, слід звернути увагу на практику розгляду даних злочинів,вчинених таким способом. Оскільки Україні така практика невідома, звернемось до міжнародної практики, а саме судового процесу над засновниками “The Pirate Bay” що є найбільшим торрент – трекером у світі. Саме даний процес освітлює необхідність правильного виокремлення суб’єкта даного злочину, відмінність виконавця від співучасників злочину та правильного формулювання обвинувачень за даний злочин, вчинений вищезазначеним шляхом.

31 січня 2008 року шведською прокуратурою було висунуто звинувачення проти чотирьох засновників «The Pirate Bay» у зв’язку з тим, що на їх веб-сайті використовувався BitTorrent-трекер, який нібито сприяє зазіханням на авторське право. Звинувачення було підтримане консорціумом власників авторських прав, очолюваним Міжнародною федерацією виробників фонограм, який подав окремий компенсаторний позов проти засновників «The Pirate Bay».

Проти засновників було пред’явлено цілий ряд обвинувачень, пов’язаних з порушенням авторських прав, які, як буде розглянуто далі, були скасовані.

У перші ж дні судового розгляду справи половина обвинувачень було скасовано. У перший день судового розгляду адвокат захисту наголосив «что каждый Интернет-пользователь, которому были предоставлены услуги The Pirate Bay, должен самостоятельно нести ответственность за возможное незаконное обладание или распространение тех или иных файлов.»[3]. Робились і інші заяви з боку захисту, які об’єктивно виправдовували засновників.

На другий день судового розгляду відбувалось наступне: «Во второй день заседаний, 17 февраля 2009 года, половина обвинений была снята. Пер Самуэльсон признал: «Это сенсация. Случаи, когда половина процесса выиграна уже после полутора дней, крайне редки. Теперь очевидно, что прокурор обратил пристальное внимание на высказанные нами вчера аргументы»[3].

Прокурор не смог доказать, что .torrent-файлы, предоставленные в качестве улик, действительно использовали треккер The Pirate Bay. Более того,

прокурор Хокан Росвал не смог объяснить принципы работы распределенных хэш-таблиц, позволяющих использовать так называемые «бестреккерные» торренты. Эти проколы привели к тому, что прокурор был вынужден отказаться от обвинений, связанных с «участием в нарушении авторских прав», оставив в силе лишь обвинение в «размещении в открытом доступе» объектов, защищенных авторским правом. Санна Волк, доктор права Стокгольмского университета, заявила, что «это неудивительно… Мы знаем, что The Pirate Bay не создавал каких-либо копий напрямую».» [3].

В кінцевому результаті, після розгляду справи в апеляційному суді, Фредрік Нейн був засуджений до 10 місяців позбавлення волі, Пітер Санд – до 8 місяців і Карл Ландстром до 4 місяців позбавлення волі. Для визначення вартості збитку заподіяного організацією, апеляційний суд Швеції направив запити скандинавським компаніям з вимогою оцінки збитку від діяльності Pirate Bay. У результаті штраф для трьох засуджених склав 46 мільйонів крон(більше 6,5 мільйонів доларів).

Отже, саме подібні випадки обумовлюють необхідність правильної кваліфікації дій осіб, що притягуються до відповідальності та правильного виокремлення суб'єктів. З огляду на вищезазначені принципи роботи даної системи та хід судового розгляду, можна зрозуміти, що в першу чергу до відповідальності слід притягувати осіб, що первинно виклали файли у пірінгову мережу, а також з огляду на принципи роботи, а саме на те, що кожна особа яка завантажує захищений авторськими правами файл, в той же час передає всі завантажені сегменти файлу іншим особам, що вже говорить про наявність складу зазначеного злочину. Але з цього моменту у органу, що розпочав провадження виникають складності з притягненням до відповідальності цих осіб, оскільки набагато легше пред'явити обвинувачення кільком, усім відомим засновникам даного веб-сайту, які з фактичної точки зору, можуть бути притягнені лише за пособництво, ніж ідентифікувати тисячі користувачів, які фактично вчинюють даний злочин. Вірність висловлених тверджень може підтвердитись тим, що при обґрунтованому захисті, в розглянутому випадку, вже в перші дні розгляду більшість висунутих прокурором обвинувачень було знято.

Окрім того, дана сфера злочину є малодослідженою в Україні та потребує теоретичного та практичного дослідження. Окрім того, показник притягнення до кримінальної відповідальності за ст.176 Кримінального кодексу України «Порушення авторського права і суміжних прав» не відіграє значної ролі у даному випадку, оскільки в даній статті передбачається цілий перелік можливих способів вчинення цього злочину, а в даному випадку нас цікавить лише вищезазначений спосіб.

З огляду на те, що притягнення до відповідальності всіх хто завантажує захищений авторським правом файл є фактично складним,а може навіть неможливим, найбільш доцільним було притягувати до відповідальності особу, яка первинно виклала torrent-файл в мережу.

Література
1.Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 № 2341-III / Відомості Верховної Ради України. – 2001. - №25. – ст.131
2. BitTorrent-трекер /[ Електронний ресурс ]. -Режим доступу вільний: http://ru.wikipedia.org
3. Судебный_процесс_над_основателями_The_Pirate_Bay /[ Електронний ресурс ]. -Режим доступу вільний: http://ru.wikipedia.org
4. Одноранговая_сеть /[ Електронний ресурс ]. -Режим доступу вільний: http://ru.wikipedia.org
5. Науково-практичний коментар Кримінального кодексу України / [Александров Ю.В., Андрушко П.П., Матишевський П.С., Фесенко Є.В. ті ін..]; за ред. С.С. Яценка. – К. : А.С.К., 2005. – 848 с.

**Ніколаєнко Дар'я**
студентка 3 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: к.ю.н., доц. Синєокий О.В.

## ХУЛІГАНСТВО ЯК СОЦІАЛЬНО НЕБЕЗПЕЧНЕ ЯВИЩЕ: ПРАВОВА ПРИРОДА

Криміногенна ситуація, яка склалася в Україні, перетворилася у найбільш небезпечне соціальне лихо, що створює серйозну загрозу розбудові незалежної держави.

Одним з небезпечних і досить поширених посяганням на громадський порядок є хуліганство. Вивченню хуліганства як соціально небезпечного явища приділено достатньо уваги, але все ж таки багато питань продовжують залишатись спірними. Це стосується розуміння об'єкта, об'єктивної сторони, суб'єкта, суб'єктивної сторони хуліганства, його кваліфікуючих ознак.

Юридичний аналіз складу хуліганства, як і будь-якого іншого злочину, здійснюється, виходячи із законодавчої характеристики його делікту. Диспозиція статті 206 Кримінального кодексу України, визначає цей злочин таким чином, як: «Хуліганство, тобто грубе порушення громадського порядку з мотивів явної неповаги до суспільства, що супроводжується особливою зухвалістю чи винятковим цинізмом» [1].

В правовій літературі існують різні точки зору про те, що вважати безпосереднім об'єктом хуліганства. Це питання вивчалось такими науковцями, як В.І. Ткаченко, П.І.Грішаев, Б.В.Здравомислов, А.А.Герцензон, Н.Ф.Кузнецов, які виділяли різні безпосередні об'єкти хуліганства, зокрема правила співжиття, громадська безпека, порядок, спокій та моральність, здоров'я потерпілого.

Більшість вчених вважають, що все ж таки безпосереднім об'єктом хуліганства є громадський порядок. На мою думку, з цим слід погодитись, адже, якщо проаналізувати диспозицію статті 206 Кримінального кодексу України, то бачимо, що хуліганство – умисні дії, що грубо порушують громадський порядок, де громадський порядок — це сукупність суспільних відносин, що забезпечують спокійні умови життя людей у різних сферах

суспільно корисної діяльності, відпочинку, побуту і нормальної діяльності підприємств, організацій, установ у цій сфері [3,328].

З об'єктивної сторони хуліганство є суспільно небезпечною дією, що грубо порушує громадський порядок. Законодавством не визначено чіткий перелік хуліганських дій, лише вказується що це є дії, тільки такі, які спричинили істотну шкоду особистим чи суспільним інтересам і відрізнялись особливою зухвалістю або винятковим цинізмом.

Відповідно до п.5 постанови Пленуму Верховного Суду України «Про судову практику у справах про хуліганство» 22.12.2006 №10 за ознакою особливої зухвалості хуліганством може бути визнано таке грубе порушення громадського порядку, яке супроводжувалось, наприклад, насильством із завданням потерпілій особі побоїв або заподіянням тілесних ушкоджень, знущанням над нею, знищенням чи пошкодженням майна, зривом массового заходу, тимчасовим припиненням нормальної діяльності установи, підприємства чи організації, руху громадського транспорту тощо, або таке, яке особа тривалий час уперто не припиняла [5].

Хуліганством, яке супроводжувалось винятковим цинізмом, можуть бути визнані дії, поєднані з демонстративною зневагою до загальноприйнятих норм моралі, наприклад, проявом безсоромності чи грубої непристойності, знущанням над хворим, дитиною, особою похилого віку або такою, яка перебувала у безпорадному стані, та ін.

З об'єктивної сторони склад хуліганства є формальним. Закінченим цей злочин визнається з моменту вчинення дії, що грубо порушує громадський порядок [2].

В кримінально-правовій літературі існує думка про те, що обов’язковою ознакою хуліганства є його публічність. На мій погляд, така точка зору є не зовсім правильною, тому що ознаки хуліганства можуть проявлятися не лише на вулицях, у парках, кінотеатрах, магазинах та інших громадських місцях, а й в квартирі, на безлюдній вулиці, або навіть по телефону. Тому можна зробити висновок, що публічність не є обов’язковою ознакою хуліганства.

Суб'єктивна сторона хуліганства характеризується умисною виною і мотивами явної неповаги до суспільства. Хуліганський мотив – прагнення невихованої, егоїстичної особи до самовиразу та самоствердження способами порушення громадської моральності і громадського спокою, проявом явної неповаги до суспільства. Такий мотив має важливе значення тому, що він, з одної сторони характеризує хуліганські дії, а з іншої — самим законом визнається обов'язковою ознакою суб'єктивної сторони. В кожному конкретному випадку хуліганський мотив діяння може знайти свій вияв у певних низьких спонуканнях, так званих хуліганських спонуканнях. Це може бути бешкетництво, прагнення протиставити себе суспільству, виявити п'яну зухвалість, показати свою грубу силу, зневагу до оточуючих тощо.

Суб’єктом злочину за кримінальним правом визнається фізична, осудна особа, що досягла віку з якого настає кримінальна відповідальність, винна у вчинені суспільно небезпечного діяння, передбаченого кримінальним законом

як злочин. Отже, виходячи з цього, суб'єктом хуліганства можуть бути особи, які досягли 14-річного віку [4, 374].

Згідно з 2 ст. 296 КК України передбачена відповідальність за хуліганство, вчинене групою осіб, тобто у разі участі в злочинних діях декількох (двох і більше) виконавців незалежно від того, яка форма співучасті мала місце. При цьому кваліфікація хуліганства не змінюється від того, без попередньої змови чи за попередньою домовленістю його було вчинено.

Передбачена відповідальність за хуліганство, у відповідності до ч.3 ст. 296 КК України, якщо воно було вчинене раніше судимою за хуліганство особою, чи пов'язане з опором представникові влади або представникові громадськості, який виконує обов'язки з охорони громадського порядку, чи іншим громадянам, які припиняли хуліганські дії. Хуліганство визнається злісним за ознакою його рецидиву, тобто має місце вчинення хуліганства особою, яка раніше була судима за будь-яке хуліганство, за умови, що судимість з неї не знята і не погашена. Друга кваліфікуюча ознака такого хуліганства буде у разі наявності опору, злісної непокори, тобто відмови від виконання наполегливих неодноразово повторених законних вимог чи розпоряджень працівника міліції при виконанні ним службових обов’язків, члена громадського формування з охорони громадською порядку чи військовослужбовця у зв’язку з їх участю в охороні громадського порядку або відмова, виражена у зухвалій формі, що свідчить про явну зневагу до осіб, які охороняють громадський порядок. Ця кваліфікуюча ознака відсутня у разі коли опір має місце після припинення хуліганства як протидія затриманню, і у разі, коли дрібне хуліганство поєднане з опором представникові влади чи громадськості(за такі дії особа підлягає адміністративній відповідальності за дрібне хуліганство і кримінальній відповідальності за вчинений опір).

Кваліфікуючою ознакою особливо злісного хуліганства є застосування вогнепальної зброї або холодної зброї чи іншого предмета, спеціально пристосованого або заздалегідь заготовленого для нанесення тілесних ушкоджень. Вирішуючи питання щодо наявності в діях винної особи такої кваліфікуючої ознаки хуліганства, слід враховувати, що ця ознака має місце лише в тих випадках, коли винний за допомогою названих предметів заподіяв чи намагався заподіяти тілесні ушкодження або коли використання цих предметів під час учинення хуліганських дій створювало реальну загрозу для життя чи здоров'я громадян.

Суспільна небезпечність хуліганства полягає в тому, що це один з небезпечних і поширених злочинів проти громадського порядку. Скоюючи хуліганські дії, особа грубо протиставляє себе суспільству, склавшимся в ньому правилам поведінки, моралі. Все це сприяє формуванню в ії свідомості антисоціальних мотивів, які пізніше проявляються у скоєнні інших більш важких злочинів, таких як вбивство, нанесення тілесних ушкоджень з хуліганських спонукань та інш.

Отже, хуліганство – це грубе порушення громадського порядку (громадського спокою, громадської моральності), вчинене з хуліганських

мотивів, що виражає явну неповагу до суспільства і супроводжується особливою зухвалістю чи винятковим цинізмом.

Література

1. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 № 2341-III
2. Кримінальний кодекс України: Науково-практичний коментар / Ю. В. Баулін, В. І. Борисов, С. Б. Гавриш та ін.; За заг. ред. В. В. Сташиса, В. Я. Тація. — К.: Концерн "Видавничий Дім "Ін Юре", 2003. — 1196 с.
3. Кримінальне право України: Особлива частина: Підручник / М. І. Бажанов, Ю. В. Баулін, В. І. Борисов та ін.; За ред. проф. М. І. Бажанова , В. В. Сташиса, В. Я. Тація. – 2-е вид., перероб. і доп. — К.: Юрінком Інтер, 2005. — 544 с.
4.Кримінальне право України. Особлива частина: Підручник(Ю.В. Александров, О.О. Дудоров, В.А. Клименко та ін.) / За ред. М.І. Мельника, В.А. Клименка — К.: Юридична думка, 2004. — 656 с.
5. Постанова Пленуму Верховного Суду України «Про судову практику у справах про хуліганство» від 22.12.2006.

**Нікольникова Марина**
студентка магістратури Класичного приватного університету
Наук. кер.: д.ю.н., доц. Бостан С.К.

## ЗАКОНИ ДІАЛЕКТИКИ ТА ЇХ РОЛЬ У ПІЗНАННІ КРИМІНАЛЬНО-ПРАВОВИХ ЯВИЩ

Центральне місце в системі методів пізнання державно-правових явищ займає такий універсальний методологічний засіб, як діалектичний метод. При вивченні предметів і явищ за допомогою діалектики рекомендується: а) розглядати досліджувані об'єкти в світлі діалектичних законів до яких можна віднести закон про перехід кількісних змін в якісні, закон єдності і боротьби протилежностей, закон заперечення заперечень; б) описувати, пояснювати і прогнозувати досліджувані явища і процеси, спираючись на філософські категорії: загального, особливого і одиничного; змісту і форми; сутності та явища; можливості і дійсності; необхідного і випадкового; причини і наслідки тощо; в) перевіряти отримані знання на практиці [1]:

В системі вищезазначених структурних елементів діалектики провідне місце в пізнавальному процесі займають закони діалектики, які дають основу для вивчення державно-правових явищ, формують світоглядні позиції, що використовуються юриспруденцією в процесі пізнання. Немаловажне пізнавальне значення для теоретико-філософського осмислення та вирішення загальних проблем кримінального права мають закони діалектики: а) єдність і боротьба протилежностей; б) перехід кількісних змін у якісні; в) заперечення заперечення.

**Закон єдності і боротьби протилежностей.** Під діалектичними протилежностями розуміються такі сторони того чи іншого предмета (явища, процесу), які одночасно взаємовиключають і взаємодіють один з одним, створюючи так звані діалектичні протиріччя. Цей закон займає особливе місце в структурі діалектики. Не випадково його часто називають «ядром»

діалектики. Це пояснюється тим, що розкрити сутність загальних зв'язків і розвитку не можливо без виявлення джерела руху, розвитку.

Суть закону єдності і боротьби протилежностей полягає в тому, що вічна зміна, рух, розвиток являють собою процес взаємодії протилежних, взаємовиключаючих сторін, взаємодія яких, з однієї сторони, характеризує ту чи іншу систему як таку, з її якісною визначеністю, а з другої – зумовлює зміни, розвиток, перехід в інший стан, в іншу систему з новими якісними характеристиками. Закон єдності і боротьби протилежностей розкриває джерело розвитку і руху. Найважливіші категорії, якими ми оперуємо, розглядаючи цей закон це: «тотожність», «відмінність», «протилежність», «суперечність». З точки зору діалектики в реальному житті немає абсолютної відмінності, як і немає абсолютної тотожності. Насправді тотожність і відмінність взаємопов'язані і переплітаються, тому в реальності кожна річ не тільки дорівнює, тобто тотожна самій собі а й різна одночасно. Будь-який об'єкт, зберігаючи до певного часу ряд своїх характеристик (у цьому відношенні він тотожний з самим собою), в той же час втрачає ряд інших характеристик і здобуває нові (в цьому виявляється його відмінність самому собі). Розвиток об'єктивної реальності та пізнання йде через роздвоєння єдиного на протилежні сторони, які взаємодіють один з одним і ця взаємодія рухає і розриває предмет.

Так наприклад для кримінального процесу цей закон має суттєве значення і полягає у тому, що, соціальне призначення кримінального процесу в пізнанні певної події і визначенні, чи є ця подія злочином або ні; чи винна особа у вчинені злочину або не винувата. Винність та невинуватість особи взаємовиключають одна одну, а взаємодія цих протилежностей утворює суперечність. Якщо цей закон застосувати стосовно злочину, то протиріччя виражається в протилежності поведінки особи вимогам норм кримінального права. Злочинна поведінка, яка або здатна заподіяти шкоду фізичним особам, організаціям, суспільству і державі, і встановлена державою кримінально-правова норма – це дві протилежності які борються і які перебувають у діалектичній єдності.

**Закон переходу кількісних змін у якісні**. Специфіка цього закону полягає у тому, що він розкриває загальний механізм процесу розвитку і відповідає на питання як?, у яких формах протікає рух і розвиток, як здійснюється перехід від одного якісного стану предметів, явищ до іншого. Він розкриває взаємозв'язок безперервності і переривчатості в поступальному русі, розвитку. Щоб зрозуміти його сутність й особливості його дії, необхідно насамперед з'ясувати зміст таких категорій як «якість», «кількість», «міра», «момент». Якість – це тотожня буттю визначеність, що сприймається органами почуття, або сукупність суттєвих властивостей речі, що сприймаються опосередковано через мислення, абстрагування. Кількість – це філософська категорія, що відображає такі параметри, як число, обсяг, величина, температура, тощо.

Всі якісні зміни здійснюються на основі кількісних. Іншого шляху до появи нового не існує. Слід підкреслити, що кожний перехід кількісних змін у

якісні одночасно означає і перехід якісних змін у нові кількісні зміни. Такий взаємозв'язок виявляється в понятті «міра». Міра – це межа кількісних змін, в рамках якої предмет залишається тим, чим він є, не змінюючи своєї якості. Ще однією важливою категорією в розумінні закону, що розглядається є «момент». Момент – це коли стара якість перетворюється на нову відразу (раптово) або протягом певного періоду (поступово). Таким чином закон взаємного переходу кількісних змін у якісні конкретизується через ряд категорій і полягає в тому, що коли кількісні зміни виходять за межі певної міри, в цей момент з'являється предмет нової якості, який має нову кількісну характеристику і нову міру.

Отже, наприклад, злочин – це одиничне, окремі групи злочинів – особливе, а вся злочинність – спільне. Так, у кримінології злочинність розглядається як об'єктивне соціальне явище, у його взаємодії з іншими явищами і процесами (наприклад, з пияцтвом, наркотизмом, бродяжництвом, тіньовою економікою), в русі і зміні (вивчається її минуле і сьогодення, прогнозується майбутнє) або виявом дії цього закону в державно-правовій сфері є збільшення кількості кримінальних норм, які регулюють відносини приватної власності; збільшення правопорушень у сфері комп'ютерних технологій викликало необхідність прийняття відповідних нормативно-правових актів);

**Закон заперечення заперечення.** Якщо закон «єдності і боротьби протилежностей» розкриває джерело, причину змін, руху, розвитку, то закон «переходу кількісних змін у якісні» відповідає на запитання про спрямованість розвитку і про характер, спосіб внутрішнього взаємозв'язку його ступенів, етапів переходу від однієї якості до іншої,.

В основі цього закону лежить діалектичне заперечення як об'єктивний і суттєвий момент розвитку. Діалектичне заперечення це не просте заперечення чи механічне відкидання старої якості, а її подолання, зняття. Сутність закону полягає у відображенні спадкоємності, як характерної риси процесу розвитку, бо в кожному новому ступені розвитку зберігається позитивне, що було на попередній стадії розвитку. Водночас, кожний новий ступінь розвитку – це не просто поєднання позитивного змісту попередніх стадій, а перехід у вищу фазу розвитку, ствердження якісно нового, більш багатшого змісту. Умовно процес розвитку можна зобразити у вигляді «спіралі» оскільки має місце повторюваність старого на вищій основі.

В пізнавальному полі закону заперечення заперечення можна розглядати поведінку особи, яка не дотримується правил поведінки, передбачених Кримінальним кодексом, і «реакцію» держави на дію особи, яка, по суті заперечуючи вимоги норм кримінального права, вчиняє злочин. Державне реагування на злочин полягає в порушенні кримінальної справи, притягнення правопорушника до кримінальної відповідальності і його покарання, тобто в запереченні заперечення [2]. Також дію цього закону можна розглянути на прикладі кримінального процесу, коли наприклад, особа, яка є суб'єктом кримінального процесу, з початку є підозрюваною, потім, після пред'явлення їй обвинувачення стає обвинуваченою, а після закінчення досудового слідства і винесення суддею постанови про призначення кримінальної справи до судового

розгляду – вона стає підсудною. При цьому особа залишається тією ж самою, але її статус, обсяг прав змінилися, стали іншими, але залишили в собі попередні властивості.

Таким чином, відповідно до вимог діалектики, насамперед її законів всі правові, у тому числі й кримінально-правові явища мають розглядатися у взаємному зв'язку між собою й соціальним життям, у їх взаємодії та взаємовпливах, у суперечливому процесі суспільного руху.

Література

1. Гегель Г. Философия права [Електронний ресурс] /Г.Гегель. – М.,1990. – Режим доступу: http://www.lawmix.ru/comm/719. – Назва з екрана.
2. Философские и общенаучные методы научного исследования [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cadzone.ru/content/view/1605/45. – Назва з екрана.

**Першина Альона**
студентка 3 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: к.ю.н., доц. Синєокий О.В.

## ЗАПОДІЯННЯ ШКОДИ ТВАРИННОМУ СВІТУ ШЛЯХОМ ПОРУШЕННЯ ПРАВИЛ ПОЛЮВАННЯ

Останнім часом проблема захисту тваринного світу від незаконного полювання відноситься до числа самих фундаментальних проблем держави. І це зрозуміло, адже формування права захисту тваринного світу пов'язано з розвитком ринкової економіки та становленням правової держави. Тому актуальність цієї статті полягає у вирішенні подальшого розвитку тваринного світу в Україні від порушення правил полювання, що завдає істотної шкоди.

Проблеми захисту тваринного світу у різних аспектах досліджували провідні вчені, що займаються розробкою загальної теорії держави та права, конституційного, адміністративного, кримінального, екологічного та інших галузей права, зокрема, В.І. Андрєйцева, І.А. Дмитренко, А.П. Гетьмана, Шемшученка, І.М. Малишко, Ф.Г. Мишко, В.С. Шахов, М.В. Шульги, Ю.І. Ляпунов, С.Б. Гавриш, В.А. Широков та ін.

Метою дослідження є пізнання тваринного світу, раціонального використання об'єктів тваринного світу, збереження та поліпшення середовища його перебування, забезпечення умов сталого існування їх видової і популяційної різноманітності. Ця мета пов'язана з необхідністю вирішення проблем подальшого розвитку тваринного світу в Україні.

Значення тваринного світу для будь-якої сучасної держави, у тому числі й для України, важко переоцінити, оскільки він є невід'ємним компонентом навколишнього середовища, національним багатством, джерелом духовного та естетичного збагачення та виховання людей, об'єктом наукових досліджень, а також важливою базою для одержання промислової і лікарської сировини, харчових продуктів та інших матеріальних цінностей [1].

Сьогодні, відповідно до ст. 36 Закону України «Про тваринний світ» [2], охорона тваринного світу включає систему правових, організаційних,

економічних, матеріально-технічних, освітніх та інших заходів, спрямованих на збереження, відтворення і використання об’єктів тваринного світу.

Мисливство — один з основних видів спеціального використання тваринного світу, який задовольняє матеріальні, рекреаційні та інші потреби громадян і господарства [3]. Правова регламентація існуючих у цій галузі суспільних відносин ґрунтується на Законі України від 22 лютого 2000 року «Про мисливське господарство і полювання», відповідних постановах Кабінету Міністрів, нормативних актах Міністерства охорони навколишнього природного середовища (Мінприроди) та Державного комітету лісового господарства (Держкомлісгоспу) України.

Мисливством вважається добування диких звірів і птахів, які віднесені до об'єктів полювання і перебувають у стані природної волі чи напіввільних умовах у межах мисливських угідь [3].

Однією з основних форм користування державним мисливським фондом є полювання – сукупність дій людини, спрямованих на вистежування, переслідування з метою добування і власне добування (відстріл, відлов) мисливських тварин, що знаходяться в стані природної волі або утримуються в напіввільних умовах у межах мисливських угідь.

До полювання прирівнюється: перебування осіб у межах мисливських угідь, у тому числі на польових і лісових дорогах (крім доріг загального користування), з будь-якою стрілецькою зброєю (у тому числі арбалетом, луком) або з капканами та іншими знаряддями добування диких звірів і птахів, або з собаками мисливських порід чи ловчими звірами і птахами, або з продукцією полювання; перебування осіб на дорогах загального користування з продукцією полювання або з будь-якою зібраною розчохленою стрілецькою зброєю (в тому числі з арбалетом, луком) [4].

Право на полювання згідно з законодавством надається громадянам України, які досягли 18-річного віку, одержали в установленому порядку дозвіл на добування мисливських тварин та інші документи, що засвідчують право на полювання. До таких документів належать:

- посвідчення мисливця;
- щорічна контрольна картка обліку добутої дичини і порушень правил полювання з відміткою про сплату державного мита;
- дозвіл на добування мисливських тварин (ліцензія, відстрільна картка);
- відповідний дозвіл на право користування вогнепальною мисливською зброєю у разі її використання;
- паспорт на собак мисливських порід, інших ловчих звірів і птахів у разі їх використання під час полювання.

Право на полювання зумовлюється членством в одному із товариств чи організацій, а також видом мисливства: промислового добування звірів та птахів; любительського; спортивного полювання; добування диких звірів і птахів у науково-дослідних цілях. Тому, крім зазначених документів, члени громадських мисливських організацій повинні мати членські квитки мисливців.

Іноземці можуть здійснювати полювання на території України [5].

Об’єктми незаконного полювання є мисливські тварини, що перебувають у стані природної волі, а також утримуються в напіввільних умовах або у неволі в межах угідь державних мисливських господарств, і які належать до так званого державного мисливського фонду [6].

Полювання в Україні здійснюється відповідно до визначених Законом України «Про мисливське господарство та полювання» способів (ст. 15) та в установлені строки (ст. 19). Так, полювання може здійснюватись індивідуально, колективно, колективно з нагоничами (облавне полювання), з використанням мисливської вогнепальної зброї, собак мисливських порід, інших ловчих звірів і птахів, сіток і пасток для відлову тварин живцем, вишок, пахучих неотруйних приманок.

Незаконно добута продукція полювання підлягає вилученню з конфіскацією і передачею її відповідним органам за спеціальними актами. Порушники законодавства в галузі ведення мисливського господарства та полювання притягуються до відповідальності, визначеної законодавством. У сучасних умовах здійснюються невідкладні заходи щодо поліпшення збереження, відтворення та раціонального використання мисливських тварин, посилення боротьби з браконьєрством, вдосконалення державного контролю у цій сфері, інші невідкладні заходи з цих питань[4].

Червона книга України — основний державний документ, який містить перелік рідкісних і таких, що перебувають під загрозою зникнення, видів тваринного і рослинного світу у межах території України, її континентального шельфу та виключної (морської) економічної зони. А також узагальнені відомості про сучасний стан цих видів тваринного і рослинного світу та заходи щодо їх збереження та відтворення.

До Червоної книги України заносяться види тварин і рослин, які постійно або тимчасово перебувають чи зростають у природних умовах на території України, у межах континентального шельфу та виключної (морської) економічної зони і знаходяться під загрозою зникнення. Занесені до Червоної книги України види тварин і рослин підлягають особливій охороні на всій території України [6]. На сьогодні це 382 види тварин.

Отже, полювання – дії людини, спрямовані на вистежування, переслідування з метою добування і саме добування мисливських тварин, що перебувають у стані природної волі або утримуються в напіввільних умовах. Продукцією полювання є добуті шляхом полювання або придбані (набуті) будь-яким іншим шляхом туші мисливських тварин, їх частини, а також відновлені живі мисливські тварини.

Порушення законодавства в галузі охорони, використання і відтворення тваринного світу тягне за собою адміністративну, цивільно-правову чи кримінальну відповідальність відповідно до закону.

Література

1. Попов В.К. та Гетьман А.П. Екологічне право України: підручник / В.К. Попов та А. П. Гетьман. – Х. : Право, 2001. – 480 с.
2. Про тваринний світ: Закон України від 13.12.2001 // Офіційний вісник України. – 2001. - №2. – Ст. 47.

3. Экология: Юридический энциклопедический словарь. – М.: Норма, 2001. – 443 с.(19)
4. Гетьман А.П. та Шульга М.В. Екологічне право України: Підручник для студентів юридичн. вищ. навч. Закладів / А.П. Гетьман та М.В. Шульга. – Х.: Право, 2005. – 384 с.
5. Про мисливське господарство та полювання: Закон України від 22.02.2000 // Офіційний вісник України. – 2000. - №12. – Ст. 442.
6. Науково-практичний коментар до Кримінального кодексу України / за заг. Ред. П.П. Андрушка, В.Г. Гончаренка, Є.В. Фесенка. – Вид 2-е., переробл. Та дововн. – К.: Дакор, 2008. – 1428.

**Підлужна Ольга**
студентка 3 курсу юридичного фак-ту
Наук.кер.: к.ю.н., доц. Синєокий О.В.

## ФІКТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ПОНЯТТЯ, СУТНІСТЬ, ПРОБЛЕМАТИКА

Актуальність даної теми тісно пов’язана з розвитком підприємницької діяльності та її законодавчої бази, в якій є як плюси так і певні мінуси.

На сьогодні здійснюється велика кількість правопорушень в сфері господарської діяльності, що певним чином гальмують розвиток здійснення легальної підприємницької діяльності, а також негативно впливають на стан внутрішньої економіки держави. До негативних проявів нелегальної підприємницької діяльності можна віднести таке явище як створення фіктивних підприємств.

Для подальшого розвитку цієї теми необхідно визначитися з такими поняттями як «фіктивне підприємство» та «фіктивне підприємництво», які безпосередньо пов’язані між собою,а також визначити суб’єкт, об’єкт, суб’єктивну та об’єктивну сторони даного злочину.

Фіктивне підприємництво має дві форми вчинення правопорушень:

1) здійснення протиправної діяльності від імені зареєстрованих з порушенням порядку (правових норм) «фіктивних» суб’єктів господарювання різних видів і форм;

2) здійснення протиправної діяльності з підробленням засновницьких та інших документів від імені існуючих (зареєстрованих в державних органах), керівництву яких невідомо про таку діяльність, або неіснуючих суб’єктів господарювання, тобто використання в господарській діяльності тільки їх реквізитів [1, 22].

Отже, фіктивним підприємництвом – є неіснуюча, недійсна, нелегітимна (незаконна) відповідно до встановленого законодавства господарська комерційна діяльність, яка проваджується від імені (фіктивних) суб’єктів господарювання різних видів і форм або з використанням тільки їх реквізитів як засобу для заволодіння товарно-матеріальними цінностями або отримання інших неконтрольованих прибутків. Наслідки незаконної діяльності скоєних винними особами регулюються відповідним законодавством.

Фіктивне підприємство – суб’єкт господарювання зареєстрований в державних органах з порушенням порядку державної.

Законом України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України у зв'язку з прийняттям Податкового кодексу України" від 02.12.2010 р. N 2756-VI Господарський кодекс України доповнено статтею 55-1 "Фіктивна діяльність суб'єкта господарювання" наступного змісту:

1. Ознаки фіктивності, що дають підстави для звернення до суду про припинення юридичної особи або припинення діяльності фізичною особою - підприємцем, в тому числі визнання реєстраційних документів недійсними:

1. зареєстровано (перереєстровано) на недійсні (втрачені, загублені) та підроблені документи;

2. незареєстровано у державних органах, якщо обов'язок реєстрації передбачено законодавством;

3. зареєстровано (перереєстровано) у органах державної реєстрації фізичними особами з подальшою передачею (оформленням) у володіння чи управління підставним (неіснуючим), померлим, безвісти зниклим особам або таким особам, що не мали наміру провадити фінансово-господарську діяльність або реалізовувати повноваження;

5. зареєстровано (перереєстровано) та проваджено фінансово-господарську діяльність без відома та згоди його засновників та призначених у законному порядку керівників. [2, ст.55-1]

Поняття «фіктивного підприємництва» міститься і в ст. 205 КК України – Фіктивне підприємництво, тобто створення або придбання суб'єктів підприємницької діяльності (юридичних осіб) з метою прикриття незаконної діяльності або здійснення видів діяльності, щодо яких є заборона. Дані матеріалів податкової служби України та окремі публікації свідчать, що у національному господарському обігу фіктивні підприємницькі структури використовуються більше 10 років. Заданими ДПА України податковими органами за ознаками фіктивності у 1997 році виявлено – 165 фіктивних підприємств, у 2002 – 2680, у 2003 – 4169, у 2004 – 3600, у 2005 – 4500, у 2006 – 5028, у 2007 – 5900, у 2008 – 6010, у 2009 – 6100, із початку 2010 року податківці виявили 417 підприємств із ознаками фіктивності, які випустили понад 5 тис. векселів загальною номінальною вартістю 18,5 млрд. грн. За результатами проведених заходів, у 2010 році вилучено з обігу 1 794 векселі загальною номінальною вартістю 1,9 млрд. грн. і визнано недійсними за рішенням суду 13 векселів на 11,6 млн. грн. [3].

Стаття 205 Кримінального кодексу України встановлює кримінальну відповідальність за фіктивне підприємництво. Сьогодні фіктивне підприємництво стало одним із найрозповсюдженіших господарських злочинів, пов'язаних з іншими корисливими злочинами, що негативно позначається на розвитку економічних відносин держави в цілому.

Взагалі фіктивне підприємництво (створення «фіктивних підприємств», «фіктивних фірм») – новий вид злочинних посягань у сфері економіки України, та як суспільно небезпечне явище воно виникло практично одночасно з

виникненням підприємницької діяльності. Дана стаття має ряд невизначеностей і суперечностей у самому понятті фіктивного підприємництва [4, ст. 205].

Об'єктивна сторона злочину виражається в одній з двох дій:

1) створення юридичної особи будь-якої організаційно-правової форми – суб'єкта підприємницької діяльності;

2) придбання такої юридичної особи.

До юридичних осіб, головною метою діяльності яких є одержання прибутку, тобто суб'єктів підприємництва, належать: підприємства, засновані на різних формах власності; різноманітні об'єднання підприємств (асоціації, корпорації, консорціуми, концерни тощо); господарські товариства; виробничі кооперативи; колективні сільськогосподарські підприємства; фермерські господарства.

Суб'єктом злочину може бути:

1) осудна особа, яка досягла 16-річного віку і виступає як засновник або набувач суб'єкта підприємництва - юридичної особи або за допомогою чужих чи підроблених документів реєструє (придбаває) такий суб'єкт;

2) службова особа підприємства або організації, яка прийняла рішення про створення чи придбання іншої юридичної особи;

3) власник (засновник юридичної особи, який прийняв таке ж рішення.

Суб'єктивна сторона злочину характеризується прямим умислом і спеціальною метою – прикрити незаконну діяльність або здійснення видів діяльності, щодо яких є заборона [5, 597].

Не точно визначено фіктивне підприємництво, пов'язане зі створенням або придбанням суб'єктів підприємництва з юридичною особою, не названо його ознаки, що ускладнює її виявлення правоохоронними органами і судове розслідування.

Отже, можна зробити висновки і назвати основні проблеми, які існують в чинному законодавстві, на підставі яких на практиці майже неможливо застосувати до порушників ст. 205 КК України, визначені Недодаєвою Н.Л. у своїй статті «Протидія створенню фіктивних підприємств як напрям економічної безпеки держави» :

1. відсутність в чинному законодавстві точного визначення поняття «фіктивного» суб’єкта підприємництва. На теорії багато вчених, дослідників даної проблематика, намагаються надати визначення цьому поняттю, але чітко визначеного місця в законодавстві жодне поняття не знайшло.

2. в чинному законодавстві відсутня відповідальність за сприяння і здійснення фінансових операцій з фіктивними підприємствами.

3. невдосконалена система оподаткування, а також вплив економічної кризи за фінансовий стан населення.

Література

1. Дудник Л.М. Підприємницька діяльність та запобігання фіктивному підприємництву (історико-правові аспекти) / Л.М. Дудник, В.І.Василинчук // Науковий вісник Національної академії внутрішніх справ. – 2003. – № 5. – 233–241с.

2. Господарський кодекс України: від 16.01.2003 № 436- IV// Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2003.- №18, №19-20, №21-22. – ст.144
3. Офіційний сайт ДПСУкраїни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.sta.gov.ua.
4. Кримінальний кодекс України: від 05.04.2001 № 2341-III// Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2001.- №25-26. – ст.131.
5. Науково-практичний коментар Кримінального кодексу України / За ред. М.І. Мельника, М.І. Хавронюка. – 7-ме вид., переробл. та допов. – К.: Юридична думка, 2010. – 1288 с.

**Приладишева Олена**
студентка 3 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: к.ю.н., доц. Синєокий О.В.

## КРИМІНАЛЬНА КАРАНІСТЬ ЗА ЖОРСТОКЕ ПОВОДЖЕННЯ З ТВАРИНАМИ

Стаття присвячена аналізу правової природа та необхідністі застосування санкцій за злочин, передбачений ст. 299 КК України «Жорстоке поводження з тваринами», а також дослідженню правових підстав їх використання як у кримінально-правовій, так і у адміністративно-правовій нормах.

В наш час Україна прагне до побудови дійсно соціальної, демократичної, незалежної та моральної держави. Всі напрями державної політики спрямовані на зближення з європейськими країнами, де однією з основних сфер відносин між людьми є моральність, духовні цінності. Але, на жаль, саме розвитку духовних цінностей приділяється замало уваги. Моральність, як явище, охоплює не тільки відносини між людьми, а й відносини людини з твариною. Досить актуальним стає питання жорсткого поводження з тваринами. Через низький рівень матеріальної забезпеченості населення, постійне незадоволення своїм життям люди стали жорстокими і через це страждають абсолютно беззахисні тварини. Факти цинічної наруги, фізичного насильства не тільки негативно позначалися на психіці людей, особливо дітей і підлітків на певних аспектах формування їх моральної поведінки, а й повинні розглядатися як дії, якими спричиняється шкода певній сфері морально-правових засад суспільства. Тому держава прагне взяти під свій захист представників тваринного світу, забезпечити гуманне, цивілізоване ставлення до них. Цій меті значною мірою відповідає ст. 299 КК України, де передбачено кримінальну відповідальність за жорстоке поводження з тваринами. Санкції цієї статті за злочинні дії щодо тварин саме і виконують функцію їх захисту.

На сьогодні нема фундаментальних праць, в яких комплексно б досліджувалися санкції за злочини, передбачені ст. 299 КК України. Лише на рівні коментарів до КК України, розділів у підручниках, навчальних посібниках та наукових статей ця тема частково висвітлювалася Ю.М. Антоняном, І.М. Даньшиним, С.Ф. Денисовим і Ю.С. Куликовим, М.Й. Коржанським, В.В. Кузнєцовим, Л.С. Кучанською, А.В. Ландіною, І.І. Лобовим та ін. В Україні

вона не знайшла належного теоретичного висвітлення і не була об'єктом самостійного комплексного вивчення.

Верховним Судом України практика розгляду справ про злочин, передбачені ст. 299 КК України, не узагальнювалася, хоч проблемних питань з цього приводу більше, ніж достатньо. Вони або не стають предметом дослідження, або вирішуються суперечливо, як теоретично, так і практично. А це, зрештою, вказує на необхідність з'ясування особливостей побудови та застосування санкцій за жорстоке поводження з тваринами. До того ж кримінальне законодавство потребує змін та доповнень. У цьому аспекті важливо здійснити аналіз санкцій за злочин, передбачений ст. 299 КК України.

Україні не завадило б звернути увагу на досвід іноземних країн та на положення міжнародних договорів, які також висвітлюють проблему жорстокого поводження з тваринами. Потребу в порівняльному законодавстві для України на цьому етапі важко переоцінити, оскільки оновлення законодавчого регулювання такого виду правовідносин, пошук можливостей, уникнення помилок тих держав, які успішно пройшли відповідний період розвитку, розширення міжнародних контактів, набуття країною статусу самостійного суб'єкта міжнародних правовідносин – встановлює необхідність нашій країні максимально активізувати роботу в галузі порівняльного правознавства [1, 138].

При порівняльному дослідженні кримінальних кодексів зарубіжних країн у роботі береться до уваги Європейська конвенція «Про захист домашніх тварин» 1987 р., яку підписали 22 країни Європи, у якій зазначається, що «ніхто не має права завдавати тварині непотрібного болю, страждань або шкоди» , Закон України «Про захист суспільної моралі» [2], а також Закон України « Про захист тварин від жорстокого поводження», де розкривається поняття жорстокого поводження з тваринами як знущання над тваринами, вчинене із застосуванням жорстких методів або із хуліганських мотивів, а також нацькування тварин одна на одну, вчинене з хуліганських чи корисливих мотивів [3].

У юридичній літературі під санкцією розуміють обов'язкову складову статті (або частини статті) Особливої частини КК України, яка містить у собі модель виду й обсягу покарання, адекватного суспільній небезпечності злочинного діяння [4, 33]. Так, Ю.В. Філей розуміє під караністю (санкцією) модель покарання, де покарання є одним із найдавніших інститутів, котрий сягає своїми коренями в первісну епоху. Аналіз розвитку кримінального законодавства, яке діяло на території України, дозволяє стверджувати, що норми про відповідальність за злочини проти моральності здебільшого характерні для всіх великих законодавчих пам'яток минулого. Тобто - це обов'язкова складова статті (або частини статті) Особливої частини КК України, яка містить у собі модель виду й обсягу покарання, адекватного суспільній небезпечності злочинного діяння. Караність обов'язково має бути адекватною, справедливою, тобто величина санкції кримінально-правової норми повинна перебувати у прямій залежності від реальної суспільної небезпечності того діяння, яке описується в диспозиції, й узгоджуватися з

іншими санкціями, а також бути співрозмірною рівню соціальної значимості тих чи інших благ і свобод, які втрачає або в яких обмежується засуджений [5, с 12].

Очевидно слід погодитися з таким визначенням санкції, оскільки воно відповідає сучасному ставленню до цієї проблеми. Це ж повною мірою стосується і санкцій ст. 299 КК України. Відповідно до ч. 1 цієї статті знущання над тваринами, що належить до хребетних, із застосуванням жорстоких методів або з хуліганських мотивів, а також нацьковування цих тварин одна на одну, караються штрафом до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або арештом на строк до шести місяців; а за ч. 2 ті ж дії, вчинені у присутності малолітнього, – караються штрафом до двохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеженням волі до двох років.

Застосування законодавцем таких видів покарань, як штраф, арешт та обмеження волі є характерними для цього злочину, оскільки на усьому історичному шляху генезису норми, яка передбачає кримінальну відповідальність за жорстоке поводження з тваринами, вони постійно зустрічаються. Так, наприклад, Русько-візантійські договори 860, 907, 911, 944 та 971 рр. [6, с. 27], Руська правда (ст.ст. 28, 31, 36 та 40 Короткої редакції; ст.ст. 21, 33, 34 та 84 Просторової редакції тощо ) [6, с. 34], Литовські Статути 1529 р. (розділ «О лови, о пущу, о бортное дерево и озера, о боброве гоны, о соколие гнизда»), 1566 (артикули 8, 9, 11 і 17) та 1588 р. (наприклад, артикули 1 та 2) [6], Соборне Уложення 1949 р. (ст.ст. 209, 214 і 216) [7], Універсал гетьмана Брюховецького 1669 р. [8, с. 44], «Права, за якими судиться малоросійський народ» 1743 р. (артикули 1 та 2) [6, с. 129], Військовий Статут 1716 р., яким встановлювалась кримінальна відповідальність за порушення правил поводження з тваринами (наприклад, артикул 90) [8], Угорське кримінальне уложення про злочини і проступки 1879 р. [7], «Устав о наказаниях, налагаемых мировыми судьями» (ст. 43-1) [10], Кримінальне Уложення 1903 р. (ст. 287) [11], Кримінальний кодекс УРСР 1922 р. (ст. 180) [6], Кримінальний кодекс УРСР 1927 р. (ст. 85 та 86) [6], Кримінальний кодекс України 1960 р. (ст. 207-1) [12] передбачали такі види покарань.

Схожі види покарань містять, наприклад, ст. 521-1 КК Франції [13, с 480–482; 634-637], де санкція передбачає «позбавлення волі на строк два роки та штрафу 50 000 франків; у вигляді додаткового покарання суд може «накласти заборону на право володіння твариною остаточно чи з правом поновлення»; ст. 245 КК Російської Федерації – санкція передбачає «за ч. 1 - штраф у розмірі до восьмидесяти рублів або у розмірі заробітної плати або іншого доходу засудженого за період до шести місяців, або виправні роботи на строк до одного року, або арешт на строк до шести місяців; за ч. 2 - штраф у розмірі від ста тисяч до трьохсот тисяч рублів або у розмірі заробітної плати або іншого доходу засудженого на період від одного року до двох років або позбавлення волі на строк до двох років» [14, с.459]; § 222 КК Австрії – санкція передбачає «позбавлення волі строком до одного року або грошовий штраф у розмірі до 360 денних ставок» [15, с 263]; ст. 237-1 КК Республіки Молдова – санкція передбачає «штраф у розмірі до тридцяти мінімальних заробітних плат» [16, с

261]; ст. 264 КК Киргизької Республіки – санкція передбачає «штраф у розмірі від п'ятдесяти до ста мінімальних місячних заробітних плат або громадські роботи на строк від ста двадцяти до ста п'ятдесяти часів, або арешт на строк до шести місяців» [17, с 121]; ст. 577 КК Туреччини – санкція передбачає «легкий грошовий штраф» [18, с 362]; ст. 451 КК Ізраїлю – санкція передбачає «тюремне ув'язнення» [19, с 372], тощо.

Отже, санкції кримінально-правових законодавчих актів перелічених країн, в яких встановлено кримінальна відповідальність за жорстоке поводження з тваринами, свідчать, що світова спільнота приділяє підвищений інтерес до цієї проблематики. Законодавчо закріплюючи відповідальність за цей злочин, види та строки покарань, віддає перевагу саме штрафу, арешту та обмеженню волі, як це передбачено і ст. 299 КК України . Однак у ч. 1 та ч. 2 цієї статті не вказано в санкціях нижньої межі покарань, а це веде до можливого порушення принципу справедливості призначення покарання, що означає адекватне врахування суспільної небезпеки злочину та відповідність покарання обставинам вчинення злочину та особі винного [20, с. 163-164].

Це особливо важливо врахувати, коли йдеться про штрафи. Наприклад, суд може притягнути до кримінальної відповідальності за ч. 2 ст. 299 КК України (яка є більш суворою порівняно з ч. 1) та призначити покарання у вигляді штрафу в меншому розмірі, ніж за злочин, передбачений ч.1 цієї статті. Тому, обов'язково необхідно визначити нижню межу санкцій за жорстоке поводження з тваринами.

Таким чином, аналіз досвіду практичного застосування зазначених статей кримінальних кодексів зарубіжних держав дасть можливість українському законодавцеві, зваживши на виявлені недоліки не тільки відіграти науково-пізнавальну роль, але й вирішити проблеми кримінально-правової теорії та практики вітчизняного законодавства у сфері відповідальності за жорстоке поводження з тваринами.

Отже, караність за жорстоке поводження з тваринами існувала у законодавчих пам'ятках різних періодів історії; відповідні санкції містяться і в нормах сучасного кримінального законодавства іноземних держав. Порівняльно-правове дослідження жорстокого поводження з тваринами за законодавством України та деяких іноземних держав, пов'язаних з кримінально-правовою охороною моральних засад нашого суспільства, показує, що існують проблеми при кваліфікації таких злочинів.

Історичний та іноземний досвід свідчить, що такі покарання як штраф, арешт та позбавлення волі є характерними для цього виду злочину, а тому цілком виправданим є включення їх і в ст. 299 КК України. Для того, щоб усунути дисбаланс санкцій ч. 1 та ч. 2 цієї статті доцільно ввести нижню межу санкцій ст. 299 КК України для штрафу, яка повинна бути вищою ніж та, що вказана у ст. 89 КУпАП, тобто за ч. 1 ст. 299 КК України – від восьми до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а за ч. 2 ст. 299 КК України – від п'ятдесяти до двохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Література

1. Ландіна А.В. Охорона моральності в кримінальному праві / А.В. Ландіна // Підприємництво, господарство і право. – 2004. - №8. – С. 139.
2. Про захист суспільної моралі: Закон України від 20 листопада 2003 року № 1296-IV // Відом. Верхов. Ради України. – 2003. - №14.- Ст.192.
3.Про захист тварин від жорстокого поводження : Закон України від 23 лютого 2006 року № 3503- IV //Урядовий кур'єр. – 2006. – 26 квітня. - № 79.
4. Філей Ю.В. Поняття кримінально-правової санкції / Ю.В. Філей // Вісник прокуратури. – 2003. – № 11. – С. 30–35.
5. Філей Ю.В. Кримінально-правові санкції та їх застосування за злочини проти власності: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук: 12.00.08 / Ю.В. Філей. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2006. – 18 с.
6. Хрестоматія з історії держави і права України: навч. посібник для студентів юрид. спец. вищих навч. закладів / за ред. В.Д. Гончаренка. – 3-тє вид., перероб.; уклад. В.Д. Гончаренко, О.Д. Святоцький. – К.: Вид. Дім «Ін Юре», 2003. – 800 с.
7. Статути Великого князівства Литовського: у 3 т. – Т. 3. Статут Великого князівства Литовського 1588 р.: о двох книгах – Кн. 2. / за ред. С. Ківалова, П. Музиченка, А. Панькова. – Одеса: Юрид. літ., 2003. – 568 с.
8. Российское законодательство X–XX веков: в 10 т. – Т. 3. Законодательство Древней Руси. –М.: Юрид. лит., 1985. – С. 250–436.
9. Див.: Матвійчук В.К. Незаконне полювання: відповідальність, протокольна форма провадження, розслідування і запобігання: монографія / В.К. Матвійчук, С.А. Голуб. – К.: КНТ, 2006. –304 с.
10. Российское законодательство X–XX веков: в 10 т. – М.: Юрид. лит., 1985. – Т. 4. – 343 с.
11.Уголовное Уложение 1903 года. – СПб., 1903. – 186 с.
12. Законы уголовные. – СПб.: Изд. Стасюлевича, 1910. – 642 с.
13. Уголовный кодекс Франции / науч. ред. Л.В. Головко, Н.Е. Крыловой; Н.Е. Крыловой. – СПб.: Юридический центр Пресс, 2002. – 650 с.
14. Див.: Курс уголовного права. Особенная часть: учебник для вузов / под ред. Г.Н. Борзенкова и В.С. Комисарова. – М.: ИКД «Зеркало-М», 2002. – Т. 4. – 672 с.
15. Уголовный кодекс Австрии / перевод с нем. Л.С. Вихровой. – СПб.: Юридический центр Пресс, 2004. – 352 с.
16. Уголовные кодексы стран СНГ (Россия, Беларусь, Украина, Молдова, Казахстан), Модельный уголовный кодекс стран СНГ: сопоставительная таблица: учеб. пособие / состав. А.Я. Гришко, Л.А. Соловьёв.; общ. ред. Н.И. Ветрова. – М. – Брянск: Брянский филиал ЮИ МВД России, 2001. – 359 с.
17. Уголовный кодекс Кыргызской республики. – Бишкек: Раритет Ин-фо, 1998. – 184 с.
18. Уголовный кодекс Турции / науч. ред. С.В. Максимова. – СПб.: Юридический центр Пресс, 2002. – 374 с.

19. Див.: Закон об уголовной ответственности Израиля / предисл., пер. с иврита М. Дорфман; науч. ред. Н.И. Мацгев. – СПб.: Юридический центр Пресс, 2005. – 412 с.
20. Степанюк А. Значущість принципу невідворотності виконання покарання для екзекутивної діяльності / А. Степанюк // Вісник Академії правових наук України. – 1999. – № 3.– С. 157–166.

**Россоха Марина**
студентка 3 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: к.ю.н., доц. Синєокий О.В.

## ДЕКРИМІНАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНИХ ЗЛОЧИНІВ: СТРАТЕГІЧНІ ТА ТАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ

Починаючи розгляд питання про декриміналізацію, доцільно пригадати такий історичний факт. Прадавній правитель Соломон (VI століття до н.е.), за свідченням древньогрецького філософа та історика Плутарха, прийшовши до влади «прежде всего, отменил все законы Драконта, кроме законов об убийстве; он сделал это ввиду их жестокости и строгости наказания: почти за все преступления было назначено одно наказание — смертная казнь». Таким чином Соломон один з перших у правничій науці здійснив декриміналізацію кримінально караних діянь [ 5, с.172].

Ряд науковців Г.О. Душейко, В.С.Кубарєв, І.В. Кубарєва, В.Д. Пчолкін, Д.М. Середа та інші під декриміналізацією розуміють обґрунтоване виключення з кримінального закону діянь, які на цей час не представляють суспільної небезпеки і можуть бути переведені в адміністративні правопорушення, цивільні делікти або взагалі не розглядатись як правопорушення.

Визначають такі причини декриміналізації:

1) декриміналізація необхідна при серйозній зміні політичних та економічних відносин у країні, зокрема, в мовах існування ринку, нових економічних відносин, розвитку підприємництва на початку 90-х років минулого століття, коли була виключена кримінальна відповідальність за приватнопідприємницьку діяльність, комерційне посередництво, порушення правил про валютні операції;

2) декриміналізація потрібна, якщо кримінальний закон розходиться із моральними засадами суспільства. Саме з цієї причини до Кримінального кодексу України від 2001 р. не було включено статтю про недонесення про злочин, а ст. 396 про приховування злочину доповнена приміткою «Не підлягають кримінальній відповідальності за заздалегідь не обіцяне приховування злочину члени сім‘ї чи близькі родичі особи, яка вчинила злочин, коло яких визначається законом» [2, с.141]. Тим самим ці особи були позбавлені важкого тягаря: донести про близьку людину або змовчати;

3) нарешті, декриміналізація необхідна в разі, коли існування тих чи інших статей Кримінального кодексу викликає сумнів щодо їх необхідності, обґрунтованості та ефективності [1, с. 48].

Виникає запитання, а чи потрібна нам зараз декриміналізація? Чи відповідає вона реальній криміногенній ситуації? Чи розуміє і чи підтримує її громадськість?

Постановка проблеми. Питання про декриміналізацію економічних злочинів в Україні. Набувши значних масштабів, кримінальна діяльність впливає на соціальні, економічні та політичні процеси. Кримінальне середовище стало гальмівною силою та перешкодою соціально-економічних реформ, підвищення рівня добробуту населення, стабільності, розвитку держави та її національної безпеки. Вплив кримінального сектора на економічний розвиток країни набув значних масштабів, при яких суспільство не може контролювати як соціально-економічні, так і політичними процеси. Криміналізація поширилася майже на всі економічні сфери нашого суспільства. Стимулом масової криміналізації була зміна господарського механізму при проведенні реформування. Із здобуттям незалежності в Україні почали активізувати свою діяльність різні форми підприємництва. Але недосконаліть законодавчої бази та існування різних прогалин у законодавстві сприяли появі різного роду кримінальних проявів.

Процеси криміналізації спостерігаються майже у всіх галузях економіки та бюджетній сфері. Схеми кримінальної діяльності ускладнюються, оскільки кримінальні економічні злочини стають більш вишуканими та інтелектуальними. Можна виділити наступні види економічних злочинів підприємницьких структур: злочини підприємства проти державної економіки; злочини підприємства проти інших підприємств; злочини службовців підприємств; злочини підприємств проти споживачів.

Дивлячись на ситуацію в Україні, то можна зазначити про широкомасштабний розвиток кримінального середовища у підприємницькій діяльності. Враховуючи латентний перебіг багатьох економічних кримінальних дій, слід наголосити, що процеси декриміналізації, які існують, не повною мірою були використані, а інколи взагалі були неефективними [3, с.13].

Але влада вже намагається якось вирішити питання стосовно декриміналізації деяких економічних злочинів, а саме – парламент у першому читанні прийняв президентський законопроект № 9221 про гуманізацію відповідальності за правопорушення у сфері господарської діяльності, більш відомий, як проект про декриміналізації економічних злочинів. Відповідно до нього, ряд злочинів дійсно декриміналізуються, тобто ряд діянь перестають бути злочинними. Ряд злочинів не будуть каратися позбавленням волі - тільки штрафами. Однак розмір штрафів істотно зростає. Більше того, проект фактично не встановлює верхньої межі для розміру штрафу як кримінального покарання, припускаючи, що він не може становити суму меншу, ніж розмір майнової шкоди, заподіяної злочином, або розмір доходу, отриманого від злочину, навіть якщо санкція статті Особливої частини Кримінального Кодексу передбачає менші розміри. Тим, хто не зможе сплатити ці безрозмірні штрафи (а розстрочити сплату за проектом можна буде лише на 6 місяців), покарання у вигляді штрафу буде замінюватися на позбавлення волі з перерахунку: 1 день позбавлення волі за 8 несплачених неоподатковуваних мінімумів доходів

громадян. Проектом також змінюються загальні засади призначення покарань, класифікація злочинів, правила обрання запобіжного заходу у вигляді взяття під варту і у вигляді застави, збільшується число статей Кримінального Кодексу, кримінальні справи за ознаками яких порушуються не інакше як за заявою потерпілого [6, с. 307].

Декриміналізація економіки є необхідною умовою ринкового реформування та забезпечення економічної безпеки нашої країни. Для вирішення цього питання необхідно обмежити або повністю ліквідувати умови, що сприяють криміналізації економічної підприємницької діяльності. Це стосується джерел живлення економічного криміналітету, механізмів реалізації злочинів у сфері економіки, мотивації економічної злочинності, ліквідації зон правового вакууму, що сприяють криміналізації економічних відносин. Для покращення процесу декриміналізації потрібно виокремити такі напрямки:

• обов'язкове ліцензування, відповідно до законодавства, видів господарської діяльності. Це пов'язано з тим, що Частиною 1 статті 202 КК передбачено кримінальну відповідальність за порушення порядку зайняття господарською діяльністю.

• ввести кримінальну відповідальність нотаріусів за посвідчення фіктивних установчих документів;

• запровадити високі штрафні санкції за укладення угод з фіктивними фірмами;

• необхідне законодавче врегулювання тих нормативних актів, які мають недоліки та які можуть бути використані для вчинення економічних злочинів у сфері господарської діяльності, та розробки ефективних заходів протидії цим злочинам;

• потрібна законодавча розробка механізму співпраці та взаємодопомоги правоохоронних органів та прокуратури; надання більших повноважень правоохоронним органам щодо розслідування кримінальних економічних злочинів;

• потребує перегляду (збільшення) розміру санкцій до господарських суб'єктів за різного роду злочинні дії та визначення матеріальної шкоди, що заподіяна злочинами. Оскільки існуючі розміри зводять нанівець ефективну кримінально-правову охорону господарських відносин від злочинних посягань;

• вдосконалити чинне законодавства про кримінальну відповідальність за злочини у сфері господарської діяльності, враховуючи кримінально-економічну експертизу. Значні прогалини, що існують нині у чинному законодавстві, не дають можливості навіть за умови виявлених злочинів у сфері ринкових відносин притягувати до відповідальності порушників [2, с. 140].

Висновки. Декриміналізацію у сфері господарської діяльності в сучасних умовах доцільно побудувати таким чином, щоб злочинці повною мірою відшкодували заподіяні збитки за порушення бюджетного законодавства та нецільове використання бюджетних коштів. Необхідно посилити відповідальність за економічні злочини, що завдали збитків державі; за приховування доходів і ухилення від повної та своєчасної сплати податків, а

також посилення відповідальності за контрабанду і ухилення від сплати мита тощо. Чим швидше держава буде спроможна перевести власну економіку у нове нормативно-правове середовище, тим більше можливостей з'явиться щодо обмеження економічно небезпечних, насамперед, кримінальних складових економіки.

Література

1) Взаємозв'язок організованої злочинності, «відмивання» доходів незаконного походження та «тіньової» економіки / В.М. Попович // Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика). – 2002. – № 5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http.//mndc.naiau.kiev.ua/Gurnal/]
2) Пчолкін В.Д. Шляхи підвищення ефективності викриття економічних злочинів/ В.Д. Пчолкін, В.А.Крайній// Використання досягнень науки і техніки у боротьбі зі злочинністю: матеріали наук.- практ. конф. – Х., 2006. – С. 136-142
3) Середа Д. М. Удосконалення діяльності оперативних підрозділів у боротьбі зі злочинністю у сфері приватизації/ Д.М. Середа [Електронний ресурс].
4) Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо гуманізації відповідальності за правопорушення у сфері господарської діяльності»
5) Антонов К.В. Шляхи вдосконалення оперативного обслуговування об'єктів господарювання в сучасний період/ К. В. Антонов// Наук. вісник Юрид. акад. МВС. – 2010. - №1 .- С. 172-179
6) Оперативно-розшукова діяльність: навч. посіб. / [Є. М. Моісеєнко, О.М. Джужа]. – К. : Правова Єдність , 2011. – С. 305- 312.

**Супрун Дмитро**
студент 2 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: д.ю.н., професор Коломоєць Т.О.

## АДМІНІСТРАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ЩО ПОСЯГАЮТЬ НА ЗДІЙСНЕННЯ НАРОДНОГО ВОЛЕВИЯВЛЕННЯ ТА ВСТАНОВЛЕНОГО ПОРЯДКУ ЙОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Згідно зі ст.5 Конституції України «Носієм суверенітету і єдиним влади в Україні є народ. Народ здійснює владу безпосередньо і через органи державної влади та органи місцевого самоврядування». Як відомо представницькі органи держаної влади та органи місцевого самоврядування формуються шляхом проведення вільних виборів на основі загального рівного і прямого виборчого права шляхом таємного голосування. Забезпечення справедливого проведення виборів є запорукою розвитку України саме як демократичної і правової держави.

Звісно, за порушення законодавства про вибори наступає відповідальність. В залежності від галузевої приналежності юридичну відповідальність за порушення виборчих прав громадян слід поділити на: конституційну, кримінальну, і адміністративну. Об'єктом мого дослідження стали порушення у галузі адміністративного права, так як цей вид правопорушень є більш

поширеним хоч і не має такого високого рівня суспільної небезпеки як злочини.

Під час проведення виборчого процесу засоби масової інформації переповнені повідомленнями про порушення виборчих прав і про масове використання технологій направлених проти проведення чесних і справедливих виборів, офіційна-ж статистика каже про незначну кількість випадків притягнення осіб до відповідальності за цей вид правопорушень. Все це говорить про те що сучасне адміністративне законодавство у сфері притягнення осіб до відповідальності за правопорушення що посягають на здійснення народного волевиявлення та встановленого порядку його забезпечення не є досконалим, а також недостатньо ефективним є існуючий механізм притягнення таких осіб до відповідальності. Питання виборів та виборчого права, адміністративної відповідальності та її видів, сутності, ознак, ролі та значення адміністративної відповідальності як правового інституту в різні часи були об'єктом дослідження багатьох вчених. Зокрема, що стосується теорії виборчого права, автором використані теоретичні розробки В.М. Бєлоновського, А.І. Кіма, В.В. Комарової, О.В. Лавриновича, М.І.Малишка, М.І. Ставнійчук, О.Ю. Тодики, В.Є.Чиркіна та ін. При розгляді сутності адміністративної відповідальності досліджувались праці В.Б. Авер'янова, О.П. Альохіна, С.С. Алексєєва, О.М. Бандурки, Д.М. Бахраха, К.С. Бєльського, Ю.П. Битяка, О.А. Веденєєва, І.О. Галагана, В.К. Гіжевського, І.П. Голосніченка, С.Т. Гончарука, Ю.А. Денисова, Є.В. Додіна, В.В. Долежана, Р.А. Калюжного, А.П. Клюшніченка, Л.В. Коваля, Ю.М. Козлова, В.К. Колпакова, М.І. Корнієнка, Д.М. Лук'янця, В.В. Маклакова, В.М. Манохіна, В.М. Марчука, Д.М. Овсянка, В.І. Олефіра, В.Ф. Опришка, І.С. Самощенка, М.С. Студенікіної, В.Д. Сущенка, Ю.О. Тихомирова, О.М. Якуби та ін. Також слід окремо виділити роботи І.О. Лугового у цій сфері на праці якого значною мірою спирався автор під час написання цієї статті. Основною метою цієї роботи є спроба систематизувати інформацію отриману з різних джерел, і представити її у зручному для студентського загалу вигляді.

Для повного розуміння поставленого питання слід визначитися з основними термінами котрими ми збираємося оперувати в статі.

1) Народне волевиявлення — це засіб реалізації політичного права громадян України вільно обирати і бути обраними до Верховної Ради України, Верховної Ради Автономної Республіки Крим, до рад місцевого самоврядування, обирати голів сіл, селищ, міст та Президента України, брати участь у всеукраїнських та місцевих референдумах, а також здійснювати інші форми безпосередньої демократії.

2) Вибори – визначений Конституцією України спосіб формування представницьких органів законодавчої влади та органів місцевого самоврядування.[4]

3) Референдум – спосіб прийняття законів та вирішення найважливіших питань державного життя країни, проблем місцевого самоврядування, що полягає у безпосередньому виявленні своєї волі народом держави чи окремого

району шляхом голосування з певних проблем політичного, економічного, культурного життя суспільства, інших актуальних питань його розвитку.[4]

4) Адміністративне правопорушення – протиправне, винне, діяння яке посягає на громадський порядок, власність, права і свободи громадян, на встановлений порядок адміністрування і за яку законом передбачена адміністративна відповідальність.[5]

Як відомо одним з елементів складу адміністративного правопорушення є об'єкт. При аналізі статей 212-7 – 212-20 КУпАП можна виділити три основних об'єкта правопорушень, котрі посягають на здійснення народного волевиявлення та встановлений порядок його забезпечення. Цими об'єктами є:

1)суспільні відносини у сфері організації і проведення виборів;

2)суспільні відносини у сфері проведення передвиборної агітації;

3)суспільні відносини у сфері фінансування виборчої кампанії.

До правопорушень об'єктами яких є суспільні відносини у сфері організації і проведення виборів відносяться:

Порушення порядку ведення Державного реєстру виборців, порядку подання відомостей про виборців до органів Державного реєстру виборців, виборчих комісій, порядку складання та подання списків виборців, списків громадян України, які мають право брати участь у референдумі, та використання таких списків. (стаття 212-7 КУпАП);

Порушення права громадянина на ознайомлення з відомостями Державного реєстру виборців, зі списком виборців, списком громадян, які мають право брати участь у референдумі. (Стаття 212-8 КУпАП);

Замовлення або виготовлення виборчих бюлетенів понад встановлену кількість. (Стаття 212-16 КУпАП);

Ненадання копії виборчого протоколу. (Стаття 212-17 КУпАП);

Невиконання рішення виборчої комісії, комісії з референдуму. (Стаття 212-18 КУпАП);

Відмова у звільненні члена виборчої комісії від виконання виробничих чи службових обов'язків або його безпідставне звільнення з роботи. (Стаття 212-19 КУпАП);

Порушення порядку опублікування документів, пов'язаних з підготовкою і проведенням виборів, референдуму. (Стаття 212-20 КУпАП).

До правопорушень об'єктами яких є суспільні відносини у сфері проведення передвиборної агітації відносяться:

Порушення порядку ведення передвиборної агітації, агітації під час підготовки і проведення референдуму з використанням засобів масової інформації. (Стаття 212-9 КУпАП);

Порушення обмежень щодо ведення передвиборної агітації, агітація в день проведення референдуму. (Стаття 212-9 КУпАП);

Ненадання можливості оприлюднити відповідь щодо інформації, поширеної стосовно суб'єкта виборчого процесу. (Стаття 212-10 КУпАП);

Порушення права на користування приміщеннями під час виборчої кампанії. (Стаття 212-11 КУпАП);

Виготовлення або розповсюдження друкованих матеріалів передвиборної агітації, які не містять відомостей про установу, що здійснила друк, їх тираж, інформацію про осіб, відповідальних за випуск. (Стаття 212-12 КУпАП);

Порушення порядку розміщення агітаційних матеріалів чи політичної реклами або розміщення їх у заборонених законом місцях. (Стаття 212-13 КУпАП).

Особливе місце займає правопорушення передбачене статтею 212-15 КУпАП – «Порушення порядку надання фінансової (матеріальної) підтримки для здійснення виборчої кампанії» - так як це єдине правопорушення передбачене КУпАП об'єктом якого є суспільні відносини у сфері фінансування виборчої кампанії. Протиправність діяння, що порушує законодавство про вибори, обмежена часовими рамками виборчої кампанії. Це питання є надзвичайно важливим при складанні протоколів про адміністративні правопорушення, оскільки при вчиненні конкретного діяння в інший час взагалі виключається наявність складу адміністративного правопорушення.

Наступною ознакою будь-якого правопорушення є суб'єкт – тобто особа котра вчинила суспільно шкідливе діяння.

В нормах КУпАП диференціація суб'єктів відповідальності за правопорушення, що досліджуються, здійснюється за двома напрямами.По-перше, це визначення розміру штрафу, який накладається на суб'єкт, залежно від його статусу: громадяни, посадові особи. По-друге, йдеться про визначення спеціальних суб'єктів правопорушення безпосередньо в диспозиції статті. До таких належать: посадова особа, на яку покладено обов'язок подання відомостей про виборців, складання списку виборців, надання списку виборців виборчим комісіям; посадові чи службові особи засобів масової інформації; власники засобів масової інформації; творчі працівники засобів масової інформації; особа, якій законом заборонено участь у передвиборній агітації; голова виборчої комісії або особа, яка, відповідно до закону, виконує його обов'язки; член виборчої комісії.

Кодекс України про адміністративні правопорушення закріплює підвідомчість кожної справи певному органу судової чи виконавчої влади. Згідно зі статтею 221 КУпАП справи про правопорушення котрі склад яких передбачений статтями 212-7 – 212-20 підвідомчі районним, районним у містах, міським, чи міськрайонним судам. Складати-ж протокол по справам передбаченим статтями 212-7 – 212-20 КУпАП згідно зі статтею 255 КУпАП мають право:

1) Органи внутрішніх справ стосовно правопорушень передбачених статтями 212-7, 212-8, 212-10, 212-12 – 212-14, 212-20;

2) Голова, заступник голови, секретар, і інші члени виборчої комісії чи комісії з референдуму стосовно правопорушень передбачених статтями 212-11, 212-15 – 212-20;

3) Кандидат, уповноважені особи, офіційні спостерігачі стосовно правопорушень передбачених статтями 212-16 – 212-18, 212-20.

Як висновок, слід сказати що питання відповідальності за діяння що посягають на виборчі права в Україні будуть актуальними ще досить довгий

проміжок часу - а саме до моменту коли нормативно правова база з цього питання буде узагальнена, а Україна стане європейською, демократичною, правовою державою. Наявність високого рівня правопорушень у сфері здійснення виборчого права каже про низький рівень правосвідомості населення. Нажаль багато людей сьогодні здобувають владу для отримання несанкціонованих прибутків. Боротьбу з порушеннями проти виборчих прав громадян слід вести двома шляхами а саме – вдосконалювати законодавство у частині боротьби з порушеннями виборчого права а також вдосконалювати законодавство у частині боротьби з корупцією в органах державної влади і органах місцевого самоврядування.

Література

1. Конституція України // ВВР. – 1996. № 30. – Ст. 141.
2. Кодекс України про адміністративні правопорушення // ВВР. – 1984. – Додаток до № 51. – Ст. 1122
3. Кодекс України про адміністративні правопорушення : наук.-практ. ком. / Р.О. Калюжний, А.Т. Комазюк, О.О. Погрібний [та ін.]. – К.: Всеукр. Асоціація видавців «Правова єдність», 2008 – 781 с.
4. Словник юридичних термінів: Навч. посіб. / Уклад. В.П. Марчук. – К.: МАУП, 2003. – 128 с.
5. Адміністративне право України. Академічний курс : підручник / Т.О. Коломоєць. – К.: Юрінком Інтер, 2011. – 576 с.
6. Адміністративна відповідальність за правопорушення, що посягають на здійснення народного волевиявлення та встановлений порядок його забезпечення: автореф. дис... канд. юрид. наук: 12.00.07 [Електронний ресурс] / І.О. Луговий; Київ. нац. ун-т внутр. справ. — К., 2007. — 19 с. — укр.

**Тарарієва Анжела**
студентка магістратури Класичного приватного університету
Наук. кер.: д.ю.н., доц. Бостан С.К.

## СУЧАСНІ ВИДИ ШАХРАЙСТВА

Шахрайство як вид кримінально-караного діяння має тривалу історію. Велику різноманітність цей вид злочину набув на сучасному етапі. Сьогодні в Україні шахрайство поширене як ніколи широко, і воно винятково різноманітно, мінливо й усе більш витончено. Воно стало явищем масовим. Кожний з нас так чи інакше перебуває в сфері обману й шахрайства. Найнебезпечнішими «мішенями» шахрайства є наше матеріальне благополуччя (майно, гроші, власність), наше здоров'я (фізичне й психічне), саме наше життя й наша свідомість або внутрішній світ, що перебуває під тиском впливу, дезінформації й маніпулювання, тобто різних форм обману. Інакше кажучи, шахрайство загрожує нашому матеріальному благополуччю, життю, здоров'ю й розуму [1, с. 220].

Які конкретні види шахрайства існують сьогодні в Україні? Якщо навіть просто перелічити більш-менш традиційні його види, то вийде досить значний перелік: азартні ігри (карти, наперстки, лотереї, казино); гадання;

квазіцілительство; різні парапрактики, засновані на шарлатанських й шахрайських операціях; афери, що експлуатують віру в надприродні явища; жебрацтво; політична демагогія; шахрайські види реклами й оголошень тощо.

Більш складні й спеціалізовані види шахрайства пов'язані з областю реклами, продажів, фінансових і торговельних операцій, угод з нерухомістю. Іншим сучасним і широко розповсюдженим видом шахрайства є великий набір послуг з боку так званої нетрадиційної або альтернативної медицини. Шахраї від цього виду шарлатанства пропонують спеціальні види діагностики й лікування з використанням особливих апаратів, що працюють на основі новітніх «відкриттів» в області фізики (у такий спосіб діють, зокрема, так звані торсіонщики) або квантової механіки (апарати «квантової медицини») [2, с. 15].

Отже, ринок створив, а головне, уможливив появу нових видів шахрайського обману. Економічні реформи 90-х років призвели до того, що поряд із традиційними способами здійснення злочинів проти власності з'явилися нові – у сфері економічної діяльності. З появою і розвитком нових форм підприємницької діяльності в характері цих злочинних зазіхань відбулися радикальні зміни, які призвели до виникнення нетрадиційних прийомів злочинного втручання до сфери діяльності різних суб'єктів господарювання. У цьому зв'язку виникла гостра необхідність більш ретельного тлумачення складів злочинів проти власності, для того, щоб відрізнити злочин від обману й невиконання зобов'язань цивільно-правового характеру.

Прикладом обману відносно підстав для отримання майна й грошей можуть бути випадки незаконного отримання пенсій і матеріальних допомог, різного роду надбавок до заробітної плати особам, що не мають на це право. Навмисне незаконне отримання приватними особами державних чи суспільних коштів в якості пенсій, допомог чи інших виплат в результаті обману або зловживання довірою підлягає кваліфікації як крадіжка державного або суспільного майна шляхом шахрайства. При цьому посадові особи, що видали приватній особі заздалегідь для цієї цілі неправдиві документи, повинні нести відповідальність по сукупності злочинів за пособництво в крадіжці і службове підроблення.

Своєрідним випадком обману в намірах є так зване «уявне посередництво», це коли суб'єкт злочину обіцяє виконати посередницькі послуги по передачі хабара посадовій особі чи допомогти здійснити комерційний підкуп особи, що виконує управлінські функції в комерційній чи іншій організації, але фактично цього не збирається робити й заволодіває чужим майном.

В практиці такий посередник відповідає за шахрайство, а у випадку коли він сам вмовив іншу особу до дачі хабара чи до комерційного підкупу, то злочинець несе відповідальність за підбурювання до скоєння вказаних злочинів.

Шахрайство шляхом зловживання довірою буде тоді коли винний в крадіжці майна чи отримання права на майно використовує довірчі відносини до нього з боку власника чи користувача цього майна. Така довіра може існувати в результаті родинних чи дружніх стосунків, тривалого знайомства чи співробітництва, рекомендацій чи позитивних характеристик, службового становища злочинця тощо. Важливо тільки, щоб вже при отриманні майна в

результаті довірчого до нього відношення злочинець мав намір скоїти крадіжку майна, використовуючи надану йому довіру.

Зловживання довірою як спосіб шахрайства проявляється зазвичай у використанні для заволодіння майном спеціальних повноважень звинуваченого або його особистих довірчих відносин з особою під охороною якого знаходиться майно. Практика стикається з різними конкретними способами шахрайства. При крадіжці державного майна шахрай нерідко використовує в цілях обману підроблені документи (довіреності, накладні, повідомлення про стан рахунків клієнтів у банку, касові чеки тощо). Використання підроблених документів служить при цьому способом крадіжки і тому все скоєне підпадає під склад злочину шахрайства [3, с. 124].

В останні роки розповсюджені ще й такі види шахрайства, а саме: отримання чужого майна чи права на чуже майно шляхом обманних операцій з кредитними картками, використання комп'ютерів, отримання авансу (передплати) під обіцянки доставки товарів тощо.

Непоодинокі випадки, коли злочинці заздалегідь готуючись до злочину крадуть паспорти громадян чи купують їх у осіб що ведуть анти соціальний спосіб життя та використовують такі документи для обману посадових осіб, особливо при приховуванні слідів злочину на складах де обов'язково необхідне пред'явлення паспорту для отримання матеріальних цінностей [3, с. 59].

Перед скоєнням злочину ретельно вибирається об'єкт злочинного посягання. При цьому надається перевага тим підприємствам ВАТ, ТОВ, в яких ще не зовсім сформована внутрішня структура, взаємодія підрозділів, відсутній контроль та ретельна перевірка клієнтів. Нерідко перевірка клієнтів здійснюється виключно по телефону або взагалі по Інтернету.

Також до теперішнього часу ще не ідеальна система грошових переказів. Перекази грошових коштів між банками здійснюються з деяким проміжком часу, що дає можливість шахраям надати продавцю товару фальшивий грошовий переказ з відбитком банку та отримати товар за таким документом, а інколи реалізувати товар або вивезти його ще до того часу як продавець зрозуміє, що грошей на його рахунок не поступило й не поступить взагалі. Розвиток научно-технічного процесу та використання новітніх технологій дозволяють розповсюдженню фірм, які протягом 2-3 годин виготовляють будь-який штамп та печатку, яких відрізнити від дійсного оригіналу, не будучи фахівцем, практично неможливо, а ділова непорядність, поряд з бажанням заробити будь-яким шляхом, дозволяють злочинцю отримати всі необхідні атрибути юридичної особи. Таким чином, в деякій мірі комунікабельність та знання економічних, фінансових азів підприємництва стають в нагоді шахраям при скоєнні злочинів. Отже очевидно, що шахрайство кінця XX – початку XXI століть вже різняться своєю несподіванкою та витонченістю при реалізації злочинних планів та схем шахрайства [4, с. 26].

З вищенаведеного можливо зробити висновок, що методика боротьби з шахрайством повинна неупинно модернізуватися в ногу з злочинцями шахраями та викривати й упереджувати злочини ще до наміру їх скоєння злочинцем. Загалом уважність, знання в сфері боротьби з шахрайством

безперечно допоможуть вчасно викрити та відвернути загрозу злочину з боку шахраїв проти власності.

Література

1. Коржанський М. Й. Кримінальне право і законодавство України. Частина Особлива: Курс лекцій / Микола Йосипович Коржанський (ред.). – К.: Атіка, 2001. – 542 с.
2. Мусієнко О. Л. Теоретичні засади розслідування шахрайства в сучасних умовах: автореф. дис. канд. юрид. наук: 12.00.09 / О. Л. Мусієнко/ – Національна юридична академія України ім. Ярослава Мудрого. – Х., 2007. – 19 с.
3. Якищенко С. А. О способах совершения мошенничества // Актуальные проблемы правоведения / С. А. Якищенко. – Кемерово, 1995. – С.51–63.
4. Григорьева Л.В. Понятие и содержание мошеннического обмана / Л. В. Григорьева. – Саратов, 1996. – 116 с.

**Третьяченко Максим**
аспірант юридичного фак-ту
Наук. кер.: д.ю.н., доц. Бостан С.К.

## ДЕЯКІ МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

Ідея вдосконалення територіальної організації влади завжди є актуальною в будь-якій країні, тому що має на меті покращення роботи органів як державної влади, так і місцевого самоврядування. Власне, для цього ведеться пошук оптимальної моделі, яка б змогла зробити адміністративно-територіальну систему країни більш гнучкою. Її побудова можлива на основі ґрунтовних наукових досліджень, які б базувалися на адекватних для відображення сучасній державно-правовій реальності відповідних пізнавальних засобах.

Найважливішим поняттям для визначення цих пізнавальних засобів для дослідження публічної влади є поняття методології. В сучасній літературі немає єдиного підходу до тлумачення даного поняття та його змісту. Деякі автори підходять до тлумачення з філософської точки зору, та розуміють методологію науки як певну світоглядну сторону.

Схожою є ситуація і в юридичній науці, де також нерідкі випадки ототожнення методології з філософією, діалектичним і історичним матеріалізмом, розгляд її як науки про методи тощо. Але найбільш поширеним є розуміння методології юриспруденції як системи теоретичних принципів, логічних прийомів, спеціальних методів, засобів і підходів пізнання державно-правових явищ [5].

Власне, задля вивчення питання територіальної організації влади чітка методологія вкрай необхідна. Відсутність єдиного наукового, теоретичного підходу до визначення природи територіальної організації влади обумовлює існування внутрішньо суперечливої системи організації влади – правове закріплення останньої часто відбувалось хаотично, акти чинного законодавства,

що приймалися в різний час, ґрунтуються на різних ідеях та не узгоджені між собою. Правильна методологія дослідження дасть змогу глибше проникнути в суть питання та вирішити суперечливі аспекти територіальної організації влади.

Методологія дослідження територіальної організації влади в системі публічної влади, співвідношення організацією державної влади та місцевого самоврядування є важливим напрямком вивчення відповідної проблематики і дає змогу побудувати оптимальну систему органів влади, визначити їх компетенцію та реальні можливості впливу на суспільство.

Досліджуючи публічну владу та її територіальну організацію, перш за все потрібно звернутися до загальнонаукових методів дослідження, з огляду на багатогранність явища, являє собою сукупність окремих методів, які тісно пов’язані і залежні один від одного. Групи таких методів називають методологічними підходами.

Важливе значення в дослідженні посідають історичний підхід, що разом сприятимуть найбільш повному аналізу поставлених питань. Історичний – метод, який дає змогу дослідити виникнення, формування та розвиток процесів і подій у хронологічній послідовності з метою виявлення внутрішніх та зовнішніх зв’язків, закономірностей і суперечностей [1, с. 15]. Системний підхід слід застосовувати при проведенні аналізу складових ресурсного потенціалу муніципального утворення, визначенні ефективності формування економічної бази місцевого самоврядування, пошуку шляхів забезпечення соціального добробуту населення. Принцип системності, оцінка оптимальних життєздатних розмірів системи є методологічною основою формування інтегрованої територіальної громади як об'єднання кількох населених пунктів. Застосування системного підходу дає можливість розкласти кожну проблему на складові, виявити реальні причини незадовільного функціонування певної системи, а не робити безпідставні висновки [3, с. 40].

Системний підхід слід застосовувати при проведенні аналізу складових ресурсного потенціалу муніципального утворення, визначенні ефективності формування економічної бази місцевого самоврядування, пошуку шляхів забезпечення соціального добробуту населення. Принцип системності, оцінка оптимальних життєздатних розмірів системи є методологічною основою формування інтегрованої територіальної громади як об'єднання кількох населених пунктів. Застосування системного підходу дає можливість розкласти кожну проблему на складові, виявити реальні причини незадовільного функціонування певної системи, а не робити безпідставні висновки [3, с. 40].

Для аналізу територіальної організації публічної влади на місцевому рівні та правової фіксації його інституційних ознак, слід використовувати інституційний метод дослідження. Один із найяскравіших представників інституціалізму К. Поланьї вважає, що середньовічне місто в Європі є прикладом економічної системи, організованої на основі інтенсивних соціальних зв’язків і відношень, таких як, наприклад, норми взаємності і довіри [4, с. 37].

Велике значення для дослідження зазначеної проблеми має порівняльний метод, завдяки якому можна зіставити різні державно-територіальні та

адміністративно-територіальні моделі зарубіжних країн та виявити їх загальні риси та особливості. Але досліджуючи зарубіжний досвід розбудови територіальної організації публічної влади, варто критично сприймати отриману інформацію, тому що не всі способи організації влади є оптимальними саме для України.

Особливістю наукових підходів та конкретних методів, які використовуються в дослідженні систем державного і муніципального управління, є їх тісна прив'язка до нормативної бази територіального утворення, яка покликана забезпечити прозорість і підконтрольність в діяльності органів влади, їх орієнтацію на задоволення потреб громадян і реалізацію суспільного інтересу [4, с. 32].

Отже, методологія дослідження територіальної організації публічної влади використовує різні методи та способи пізнання. Проте можна сказати, що спочатку варто встановити власне, що таке влада, чи варто досліджувати її, як юридичну категорії, чи її можна розуміти, як більш широке поняття. Тоді публічна влада та її територіальна організація можуть мати дещо інше забарвлення. Проте, методологія комплексного дослідження територіальної організації декількох країн, з метою вироблення рекомендацій по вдосконаленню вітчизняної системи потребує подальшого вдосконалення.

Література

1. Батанов О. В. Муніципальна влада в Україні: проблеми теорії та практики: монографія / Відп. ред. М. О. Баймуратов. – К. : Видавництво: "Юридична думка", 2010. – 656 с.
2. Бостан С.К. Форма правління сучасної держави : теоретико-правові засади : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра. юрид. наук : спец. 12.00.01 „Теорія та історія держави і права; історія політичних і правових учень" / С.К. Бостан. – К., 2008. – 20 с.
3. Мельник А. Ф. Управління розвитком муніципальних утворень: теорія, методологія, практика: монографія / А. Мельник, Г. Монастирський – Тернопіль : Економічна думка, 2007. – 476 с.
4. Рой О. М. Система государственного и муниципального управления : учеб. пособие / Рой О. М. – С.Пб. : Питер, 2003. – 301 с.
5. Тихомиров О. Методології науки поняття // Міжнародна поліцейська енциклопедія : У 10 т. / Відп. ред. Ю. Римаренко, Я. Кондратьєв, В. Тацій, Ю. Шемшученко. – К. : Видавничий Дім «Ін Юре», 2003. – Т.1 (Теоретико-методологічні та концептуальні засади поліцейського права та поліцейської деонтології). – С. 354 – 355.

**Хортицька Дар'я**
учениця 10 класу Степногірської ЗОШ І-ІІІ ст. Василівського району
Наук. кер.: вчитель історії та правознавства Кульбачна Л.А.

## СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ ДІТЕЙ-СИРІТ ТА ДІТЕЙ, ПОЗБАВЛЕНИХ БАТЬКІВСЬКОГО ПІКЛУВАННЯ

Охорона дитинства в Україні є стратегічним загальнонаціональним пріоритетом. Ратифікувавши Конвенцію ООН про права дитини, Україна взяла

на себе зобов'язання, що складаються з чотирьох основних принципів: першочерговість інтересів дитини; забезпечення повноцінного життя; залучення до життя спільноти; відсутність дискримінації.

У нових соціально-економічних умовах проблеми захисту прав дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, не тільки не втратили своєї актуальності, а й набули особливої гостроти. Зберігається тенденція до зростання кількості дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування.

Правові, організаційні, соціальні засади та гарантії державної підтримки дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, молоді із числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, визначаються Законом України "Про забезпечення організаційно-правових умов соціального захисту дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування", який набрав чинності 13 січня 2005 року і є складовою частиною законодавства про охорону дитинства.

Юридичне визначення соціальних категорій дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, передбачено у ст. 1 Закону. Так, дитина-сирота – це дитина, в якої померли чи загинули батьки; а діти, позбавлені батьківського піклування, – це діти, які залишилися без піклування батьків: у зв'язку з позбавленням їх батьківських прав; відібранням у батьків без позбавлення батьківських прав; визнанням батьків безвісно відсутніми або недієздатними; оголошенням їх померлими; відбуванням покарання в місцях позбавлення волі та перебуванням їх під вартою на час слідства; розшуком їх органами внутрішніх справ, пов'язаним з ухиленням від сплати аліментів та відсутністю відомостей про їх місцезнаходження; тривалою хворобою батьків, яка перешкоджає їм виконувати свої батьківські обов'язки; а також підкинуті діти, батьки яких невідомі, діти, від яких відмовилися батьки, та безпритульні діти [1].

Статус дитини-сироти та дитини, позбавленої батьківського піклування, – визначене відповідно до законодавства становище дитини, яке надає їй право на повне державне забезпечення і отримання передбачених законодавством пільг.

За умовами втрати дитиною батьківського піклування відповідна служба у справах дітей зобов'язана протягом двох місяців підготувати комплект документів, який підтверджує набуття дитиною статусу дитини-сироти чи дитини, позбавленої батьківського піклування [2].

Орган опіки та піклування вживає заходів щодо влаштування дитини в сім'ї громадян або до закладів для дітей-сиріт і дітей, позбавлених батьківського піклування, незалежно від їх форми власності та підпорядкування. Дитина може бути влаштована у ці заклади в разі, якщо з певних причин немає можливості влаштувати її на виховання в сім'ю [3].

Нині в Україні понад 115 тис. дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування. На профілактичному обліку служб у справах дітей перебуває майже 150 тис. дітей, які бродяжать та жебракують. Щорічно в притулках перебуває від 25 до 30 тис. дітей..

Тенденція щодо кількості осиротілих дітей в Україні за останні 5-6 років не змінюється – приблизно 15 тисяч дітей. "Найбільш "сирітські" області –

південні та східні, зокрема, лідирує Миколаївська, далі йдуть Кіровоградська, Донецька, Дніпропетровська. На західній Україні – найменша кількість сиріт. Правове забезпечення соціального захисту дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, здійснюється за допомогою норм різних галузей права – права соціального забезпечення, трудового, цивільного, житлового, сімейного, медичного права та інших галузей. Основний масив норм належить до права соціального забезпечення, у системі якого зазначені норми утворюють самостійний правовий інститут з відповідною назвою.

Соціальний захист дітей сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, є системою гарантованих державою економічних, юридичних, фінансових та організаційних заходів щодо повного державного забезпечення відповідно до державних соціальних стандартів і отримання передбачених законодавством пільг для задоволення їх життєво необхідних потреб і створення умов для нормальної життєдіяльності.

Система структурована таким чином, що з часу свого народження до набуття повноліття такі діти мають можливість бути доглянутими державними закладами, завданням яких є утримання, виховання, навчання та надання професійних навичок.

Щорічно в інтернатних закладах завершують навчання близько 1,5 тис. дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування.

У переважній більшості інтернатних закладів спостерігаються надмірна опіка дітей, яка призводить до незнання ними своїх обов'язків, на відміну від прав, відсторонення від посильної і необхідної побутової праці. Іноді надмірна комфортність перебування дитини в державних установах зумовлює в подальшому споживацьке ставлення до життя та знижує ступінь підготовки вихованців до діяльності в конкурентному середовищі.

Майже 20 % випускників не можуть влаштуватися на роботу або продовжити навчання та здобути певну професію, для 41 % відсутня перспектива вирішення житлових проблем, майже 20 % колишніх вихованців притягуються до кримінальної відповідальності.

В Україні існує чотири форми сімейного влаштування дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування. За їх пріоритетністю перелік такий – усиновлення, опіка (піклування), прийомні сім'ї, дитячі будинки сімейного типу.

Як і в багатьох інших країнах, більшість дітей, які потребують влаштування, це діти, котрі залишилися без батьківської опіки з соціальних причин. Так, скажімо, в Україні з 90 тисяч дітей, які втратили батьківську опіку, тільки кожна десята - біологічна сирота, тобто дитина, яка втратила батьків внаслідок трагічних обставин (смерті, зникнення тощо).

Решта 90% – діти живих батьків, але котрі відмовились (або позбавлені державою батьківських прав виконувати батьківські обов'язки стосовно власних дітей. В такій ситуації ці діти стають соціальними сиротами.

Принциповим завданням для місцевих органів виконавчої влади є влаштування якомога більшого числа українських дітей на виховання у сімейному оточенні. В 2012 році планується розвиток інституту прийомних

сімей, дитячих будинків сімейного типу, а також популяризації усиновлення, опіки й піклування.

На обліку служби у справах дітей облдержадміністрації перебувають 4434 дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, з них 1605 можуть бути усиновленими. Торік в області було усиновлено 183 дитини (у 2010 році – 111 дітей), у тому числі громадянами України – 122 та 61 - іноземними громадянами.

Крім того, в 2011 році 73 дитини з притулків влаштовано на виховання у сім'ї (36 – під опіку громадян; 22 – у прийомні родини; 15- усиновлено). За цим показником Запорізька область посідає одне з перших місць в Україні. Загалом же в області сімейною формою виховання охоплено 74,4% дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування. Під опікою та піклуванням громадян перебуває 2792 дитини.

Також в області функціонує 134 прийомні сім'ї, в яких виховується 258 дітей. Ще 83 дитини проживають у 12 дитячих будинках сімейного типу.

Протягом минулого року створено 13 прийомних сімей та 1 дитячий будинок сімейного типу, куди влаштовано 44 дитини [4].

Станом на 01.01.2012 року на обліку в службі у справах дітей Василівської районної державної адміністрації перебувають 226 дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування ( сиріт-29; позбавлених батьківського піклування-197).

Із 226 дітей в сімейні форми влаштовано 162 дитини ( 71.7% від загальної кількості дітей даної категорії. За аналогічний період 2010 року відсоток влаштування складав 64,9 %.)

З них:

Опіка, піклування – 139;

ПС, ДБСТ – 23.

В державні форми влаштовано – 64 дитини.

З них:

ЗОСБД «Сонечко» – 4 (діти до 3-ох років)

Професійні ліцеї – 8

Інтернатні заклади області – 52.

На території Василівського району створені та функціонують 5 прийомних сімей (ПС), в яких виховуються 13 прийомних дітей та 1 дитячий будинок сімейного типу (ДБСТ), в якому проживають 7 дітей-вихованців. Прийомні сім'ї створені в м. Василівка (4), селі Тополине (1), ДБСТ - в с. Мала Білозерка [5].

Дитина-сирота і дитина, позбавлена батьківського піклування, яка проживає у закладі охорони здоров'я, навчальному або іншому дитячому закладі, прийомній сім'ї, має право: 1) на всебічний розвиток, виховання, освіту, повагу до її людської гідності; 2) на збереження права користування житлом, у якому вона раніше проживала. У разі відсутності житла така дитина має право на його отримання відповідно до закону; 3) на пільги, встановлені законом, при працевлаштуванні після закінчення строку перебування у зазначеному закладі. Улаштування дитини у заклад охорони здоров'я, навчальний або інший дитячий

заклад, прийомну сім'ю, не припиняє права дитини на аліменти, пенсії, інші соціальні виплати, а також на відшкодування шкоди у зв'язку із втратою годувальника.

Література

1. Потопахіна О.М. Матеріальне забезпечення дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, за законодавством України /О.М. Потопахіна //Актуальні проблеми держави і права: Зб. наук. праць. Вип.37. – Одеса: Юридична літ-ра, 2008. – С. 135-140.
2. Європейська конвенція про усиновлення дітей (переглянута). Конвенцію ратифіковано Законом № 3017-VI ( 3017-17 ) від 15.02.2011 із застереженням та заявою ) [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_a17
3. Закон України "Про охорону дитинства. Редакція від 10.07.2011[Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.uaua.info/usynovleniye/article-10593-priyomna-simya-dityachiy-budinok-simeynogo-tipu-zakon-ukrayini-pro-ohoronu-ditinstva/
4. Закон України від 15.11.2001 року „Про попередження насильства в сім'ї"// – Редакція від 01.01.2009 [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2789-14
5. Офіційний сайт Василівської райдержадміністрації// [Електронний ресурс] Режим доступу: http://vasrda.gov.ua.

**Чупіна Крістіна**
студентка 4 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: старший викладач Зубко І.В.

## ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ СІМ'Ї ПРАВОВИХ СИСТЕМ

На шляху вивчення та правильного розуміння сучасного стану права у світі, важливе місце посідає дослідження розвитку і становища правової культури країн континентальної Європи, в яких панує романо-германський тип правової системи.

Романо-германський тип правової системи сформувався в XII – на початку XVIII ст. "Її основою стало римське право, під рецепцією якого слід розуміти застосування норм римського права, що почалося в ряді країн в умовах середньовіччя. Підставами рецепції стали умови економічного та заснованого на ньому соціального життя Західної Європи (розвиток торгівлі, ремесел, зростання міст), а, також, властивості самого римського приватного права, що виникли в результаті певних економічних умов" [1].

Нове суспільство зрозуміло необхідність права для порядку та безпеки, яких потребує Божественний замисел. Ідеал суспільства, заснованого на братерстві та милосерді було відкинуто. Церква стала більш чітко розмежовувати світське суспільство і суспільство віруючих, суд сумління і правосуддя, створила в цей період приватне канонічне право. В XIII ст. релігію і мораль вже перестали змішувати з громадянським порядком і правом. За

правом знову було визнано його важливу роль і автономію, які віднині стали характерними рисами західної думки і цивілізації.

На відміну від англійського права, де розвиток загального права був пов'язаний з посиленням королівської влади та з існуванням сильно централізованих королівських судів, підґрунтям розвитку системи романо-германського права служили переважно спільна культура і традиції, тобто вона формувалася стихійно.

Другий етап формування романо-германського права асоціюється зі сприйняттям римського права. У ці часи Західна Європа звертається до юридичної спадщини античності, передусім до Зводу Юстиніана як втілення правових традицій Давнього Риму. Ідея рецепції римського права, його нового осмислення і пристосування до умов, що радикально змінилися, вперше була усвідомлена і проведена в життя в університетах завдяки плідній праці глосаторів і постглосаторів [2]. Саме в університетах право замислювалось як система, що органічно розвивається, як звід принципів і процедур, що буде будуватись, як і собори, протягом поколінь і століть [3].

В університетах право розглядали як модель соціальної організації. Університетська наука розглядала право в зв'язку з філософією, теологією, релігією. Вона вказувала суддям як вирішувати справи на основі справедливості, встановлювала правила, якими добропорядні люди повинні були керуватися у своєму соціальному житті.

В більшості країн континентальної Європи право в цей час було в хаотичному, невизначеному стані, було роздробленим, іноді варварським. Під загрозою залишитись місцевими школами процесуального права, що не мали авторитету, престижу, університети повинні були викладати дещо нове, відмінне від місцевого права, у зв'язку з цим, для того, щоб вийти за рамки відсталого позитивного права було відновлено дослідження римського права.

Римське право довгий час піддавалось критиці з боку багатьох представників Церкви. Вважалось, що воно створено язичницьким світом, а отже є плодом цивілізації, яка не знала Христа, що в його основі лежить філософія, яка суперечить поглядам Євангелія, святих отців Церкви і християнства. Але Фома Аквінський на початку XII ст. поклав край цій критиці. Його праці, що базувались на працях Аристотеля, доводили, що дохристиянська філософія, яка базувалась на розумі, значною мірою відповідала Божественному закону і сприяли "вигнанню чортів" з римського права [4]. З цими працями зникла остання перешкода на шляху відродження римського права.

Поглиблене вивчення римського права обумовило те, що виникли різні правові школи, які мали відмінні погляди на значення рецепції римського права для практичного застосування. Велику роль в "очищенні", переробці і пристосуванні римського права до умов життя в XIV ст. відіграла школа глосаторів, що поставили за мету встановити початковий зміст римських законів. Її діяльність продовжила школа постглосаторів. Таким чином, право було підготовлене до нового розвитку, появи нових галузей, і, в той же час

систематизоване й приведене до стану, що контрастує із казуїстичним і емпіричним духом юристконсулів Риму.

Основи системи національного права країн континентальної Європи були закладені в буржуазну епоху, коли суспільні відносини досягли рівня зрілості і цілісності, а суспільна свідомість віддала перевагу керуватися результатом систематизації правових норм.

Період формування законодавчого права почався під впливом ідей школи природного права, одним з найважливіших досягнень якої стала кодифікація. Школа природного права вперше робить переворот в історії, намагаючись зробити діючим ідеальне право університетів.

Кодифікація дозволяла реалізувати задуми школи природного права, завершити багатовікову еволюцію правової науки, чітко виклавши, на відміну від хаосу компіляцій Юстиніана право, що відповідає інтересам суспільства. Кодифікація поклала край численним юридичним архаїзмам, правовому партикуляризму, різноманітності звичаїв, що заважали практиці.

Кодифікація і весь наступний законодавчий розвиток викликали появу одночасно законодавчого позитивізму і юридичного націоналізму, в якому, як здавалось, могла потонути ідея про існування юридичної спільності між європейськими націями (тим більше між неєвропейськими) і в рамках цілої романо-германської правової сім'ї. У всіх європейських країнах, у різній мірі, право було представлено указами суверена, але перестало асоціюватися зі справедливістю. Подібна зміна позиції проявилася у кожній країні лише після проведення національної кодифікації. Самі ж кодекси, навпаки, часто створювались на основі порівняльного правознавства. Іноді, в якості зразків для тих чи інших кодексів використовувались і кодекси інших країн. Ця практика свідчить про зв'язок між усіма правовими системами, які входять до романо-германської правової сім'ї. З іншого боку, вона не приймає доктрину, за якою можливим є зосередження на національному праві, відмовившись, таким чином, від своєї постійної ролі – розвивати юридичну науку і удосконалювати право.

Відродження ідеї природного права, яке відбувається в наш час, на практиці є відродженням ідеї єдиного права, відновленням усвідомлення того, що право не слід розуміти як дещо ідентичне закону і те, що має в силу цього суто національний характер.

Зараз демократичні традиції романо-германського права поповнилися ідеями створення "європейського дому", Євросоюзу, що веде до правової інтеграції країн, подоланню національно-державних кордонів, а разом з ними і "правового націоналізму" [5]. Основами інтеграції виступають як загальні принципи, "дух" римського права, так і норми англійського прецедентного права.

Отже, становлення романо-германської правової системи пройшло нелегкий шлях у своєму розвитку. Починаючи з епохи раннього середньовіччя в континентальній Європі відбувалось поступове злиття норм римського права і варварських правових звичаїв. Цей процес мав тривалий характер, і розтягся на все середньовіччя, захопив Новий час і завершився лише на початку XIX ст.

після прийняття наполеонівських кодексів, які стали першоосновою сучасної романо-германської правової системи. Двадцять перше сторіччя, в якому перебуває світ, має стати новим етапом у розвитку романо-германської правової системи та розбудови загальноєвропейської правової системи.

Література

1. Бек В.А. Рецепция римского права в западной Европе: автореферат дис... к. ю. н. – Л., 1950 – 17 с.
2. Ткаченко В.Д., Погребняк С.П., Лук'янов Д.В.. Порівняльне правознавство: Підручник для студентів [юридичних спеціальностей вищих навчальних закладів]./ - Х.: Право, 2003. – 274 с.
3. Берман Г. Дж. Западная традиция права: эпоха формирования / пер. с англ. Н.Р.Никонова при участии Н.Н.Деевой – 2-е изд. – М.: Изд-во МГУ: Издательская группа ИНФРА-М - НОРМА, 1998. - 624 с.
4. Давид Р. Основные правовые системы современности: Учебное пособие / Под ред. В. А. Туманова / - М.: Прогресс, 1988. – 496 с./ Р. Давид.
5. Алексеев С.С. Общая теория права: Курс в 2-х т./ М.: Юридическая литература. … - М.: Юрист, 1995 – 297 с.

**Шемет Христина**
студентка 2 курсу Економіко-правничого коледжу ЗНУ
Наук. кер.: Грушанський А.О.

## ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВА СУТНІСТЬ КОНФЕДЕРАЦІЇ

Вивчення особливостей форм державного устрою надзвичайно актуальне на сьогоднішній момент. Інтеграція Європи, питання навколо інтеграції Росії і Білорусії, деінтеграція на Балканах, формальний статус СНД та інші питання спонукають звернутися до теоретичного дослідження проблем державного будівництва.

Таким чином, на основі вивчення стану питання в науковій літературі і публіцистиці, можна зробити висновок про необхідність і актуальність вивчення проблеми конфедерації.

У зв'язку з цим метою даної роботи є комплексний аналіз проблеми конфедерації в теоретичній, ретроспективної та перспективної площинах.

Для цього ставляться наступні цілі:

1. визначити, що є конфедерацією;
2. виділити її особливості та відмінності від федеративної форми;
3. проаналізувати перспективи розвитку конфедерації в майбутньому.

Цією темою займалися такі науковці: С. Алексєєв, Д. Дж. Елейзер, В. Махнач, Д. Найс, Д. Орєшкін, Е. Пайн.

Згідно з традиційним підходом, конфедерація (від лат. «союз») – форма державного устрою, при якій держави, утворюючє конфедерацію, повністю зберігають свою незалежність, мають власні органи державної влади та управління. Разом з тим, вони створюють спеціальні об'єднані органи для координації дій у визначених цілях (військові, зовнішньополітичні).

Конфедерація виступає як форма союзу держав, зберігаючих суверенітет в повному обсязі [1].

Конфедерація – це, за словами, С. Алексєєва, «державний союз держав» [2]. Тобто жодна з держав – членів конфедерації не втрачає свого державного суверенітету; частини конфедерації не тільки володіють своїми органами влади та управління, але часто зберігають свою національну грошову систему, армію, поліцію і т. д. Конфедерація виникає, як правило, на недовгий термін, для вирішення будь - яких суспільних цілей (об'єднання зусиль у тій чи іншій сфері людської діяльності: зовнішній чи внутрішній політиці, військовій справі, культурі чи мистецтві, економіці та ін.) Як правило, конфедерація не має власних органів управління; найчастіше створюються консультативні, спостережливі чи контрольні органи. Історично ця форма склалася разом з федерацією, але на практиці зустрічалася і зустрічається вкрай рідко.

Це, на думку С. Алексєєва, перехідна форма державного устрою, і найчастіше тому вона виникає на кілька років. Прикладом конфедерації може служити Конфедерація південних штатів, що склалася в 1861 році в Америці, що послужило початком Громадянської війни в США (1861 - 1865 років).

Конфедерація – слабоцентралізованний союз держав, всі учасники якого зберігають свою незалежність що, крім іншого, забезпечується практикою одноголосного прийняття рішень [3].

Так, останнім часом все частіше висловлюються різні думки про нові процесах у розвитку форм державно-територіального устрою в європейських країнах. У чому майбутнє Євросоюзу – в децентралізації та відокремленні країн при подальшій інтеграції культурно-економічного простору? Співіснування в рамках конфедерації? Перехід до федеративного устрою? Питання, яке постає в цьому зв'язку, стосується не тільки механізмів функціонування Євросоюзу, але і його територіальної організації. У зв'язку з цим виникає в тому числі і питання: є Європейський Союз федерацією або конфедерацією держав [4, С. 35 - 53].

У взаєминах Росії і Білорусії існує три основних підходи: утворення єдиної держави, існування двох суверенних держав і конфедерація Росії та Білорусії. Прихильники третього підходу, визнаючи проблематичність створення єдиної держави, вважають, що в якості найбільш оптимальної форми взаємодії країн і народів Білорусі та Росії може з'явитися конфедерація, прикладом якої може служити Європейське співтовариство [5, С. 49-57].

Деякі політологи пропонують навіть створити конфедерацію на базі Росії. Така точка зору, зокрема, була висловлена Д. Орєшкіним [6, С. 10 - 11]. Перспективи «російської конфедерації», розглянуті політологом, вже стали приводом для дискусії [7, С. 12 – 13].

Тому актуальне звернення до проблеми конфедерації як форми державного устрою.

Тим більше що, з наукової точки зору, запропоновані тези будуть нести певний елемент новизни у зв'язку з тим, що в сучасній науці питання про конфедерації є спірним. Основне питання полягає в наступному: а чи є конфедерація формою державного устрою?

Як відомо, історично склалося три «класичних» форми державного устрою: унітарна держава, федеративна держава (федерація) і конфедерація. Проте останнім часом погляд на конфедерацію, як на один з видів форми державного устрою почав мінятися. Багато авторів вважають, що конфедерація не є самостійною державою, а всього лише співдружністю, союзом абсолютно незалежних держав, створеним для досягнення яких-небудь конкретних цілей (оборона від загального ворога, економічний розвиток, політичне об'єднання і т.д.). зокрема, цю точку зору висловлює В. Махнач [8].

Проаналізувавши теоретичні викладки дослідників і матеріал, що стосується конкретних конфедерацій, можна зробити висновок про те, що конфедерація таки представляє форму державного устрою. Однак не можна заперечувати, що ця форма досить рідкісна і відсоток конфедерацій як в сучасному світі, так і в історичному розрізі, дуже невисокий. Крім того, конфедерація найчастіше є нестабільним державним утворенням, що прагнуть або до розпаду (Лівонія), або до перетворення у федерацію (США, Швейцарія - хоча Швейцарія позиціонує себе як конфедерація, насправді вона вже давно перейшла до федеративної системи (1815-1848 рр.) ).

В цілому, на основі проведеного аналізу фактичного матеріалу здається можливим виділити ряд ознак, характерних для конфедеративної форми державного устрою, і її відмінності від федеративної форми. По-перше, це договірна форма утворення конфедерації: велика частина конфедерацій була утворена на основі відповідних договорів. По-друге, на відміну від федерації, де спроба сецесії (вільного виходу) розглядається як заколот, вихід же зі складу конфедерації означає розірвання договірного зв'язку із союзом. По-третє, конфедерація не володіє суверенітетом, суверенітет належить державам, що входять в неї. Тобто ніякі вирішення союзної влади не мають сили на території держави, що входить до складу конфедерації, без їхньої згоди.

Предмети ведення конфедерації зазвичай обмежені конкретним переліком питань. Це можуть бути питання війни і миру, зовнішньої політики, формування єдиної армії, загальної системи комунікацій, вирішення спорів між суб'єктами конфедерацій. Тому в конфедерації утворюються не всі державні органи, а тільки ті, які необхідні для здійснення завдань, виділеним по договірних актах. У представницьких органах конфедерації делегати представляють не територіальні частини чи населення однієї держави, а суверенітет держави.

Суб'єктам конфедерації належить право нуліфікації, тобто відмови у визнанні, або відмови в застосуванні актів союзної влади.

В конфедераціях відсутні єдина економічна, політична і правова системи. Так, конфедерація не володіє правом безпосереднього оподаткування. В конфедераціях не обов'язкова єдина система грошового обігу.

Військові формування комплектуються суб'єктами конфедерації, причому нерідко зберігалося їх подвійне підпорядкування державним органам конфедерації і її суб'єктів.

Чи є конфедерацією Євросоюз і які його перспективи? Дане питання широко обговорюється юристами, істориками і політологами, оскільки

перспективи розвитку Європи по конфедеративному шляху багатьом здаються досить привабливими. Оскільки, крім конфедерацій, існують ще більш аморфні утворення – наприклад, співдружності, однозначного висновку поки зробити неможливо. Питання про конфедеративність Євросоюзу можна буде вирішити лише після певного часу.

Останнім часом висловлюються пропозиції конфедеративного устрою Росії; втім, перевага такої перспективи вельми сумнівна. Зате більш перспективний конфедеративний підхід у відносинах між Росією і Білорусією [5, С. 49-57.].

У процесі праці над цією темою було виведене нове тлумачення терміну. Отже, конфедерація являє собою союз незалежних держав, які об'єднуються на підставі договору про координацію дій по обмеженому колу питань, найчастіше в області оборони, зовнішньої політики, єдиної системи поштового зв'язку та митних тарифів, але при цьому повністю зберігають свій суверенітет, членство в ООН та інших міжнародних організаціях. Органи конфедерації зазвичай не мають прямої влади по відношенню до створюючих її державам і в більшості випадків приймають свої рішення на основі консенсусу між зацікавленими сторонами, причому фактично ці рішення набувають чинності лише після їх ратифікації органами влади відповідних держав. Єдиної правової, а також податкової системи конфедерація, як правило, не має, проте може створювати єдиний економічний простір, вводити єдину валюту і інститут єдиного громадянства.

Таким чином, проблема конфедерації виявляється актуальною і перспективною для подальшого вивчення.

Література


1. Политология: Учебно–методическое пособие / И.А.Черкасов.– Минск: ЗАО “Веды”, 1997. – 104 с.
2. Государство и право: учебное пособие / С.С.Алексеев. – Моссква: Велби Проспект, 2010. – 152 с.
3. Хейвуд Э. Политология: глоссарий по книге, 2005. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.politike.ru/dictionary/884/word/konfederacija
4. Косов В. В. Процес федералізації в Західній Європі: міф чи реальність? / / Вісник Нижегородського державного університету ім. Н. І. Лобачевського. Москва. – 2003. –№ 6. – С. 35-53.
5. Кокоть А.Н. Про ідеальні та реальні форми державного устрою Росії / / Російський юридичний журнал. – 1995. – № 3. – С. 49-57.
6. Орєшкін Д. Єдина, конфедеративна ... / / Московські новини. – 2005. – № 1. – С. 10 - 11.
7. Пайн Э. Полемика с политологом Дмитрием Орешкиным о перспективах «российской конфедерации» // Московские новости. – 2005. – №3. – С. 12 – 13.
8. Махнач В. Історико-культурне введення в політологію. Москва, 1998. – Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.netda.ru/belka/texty/mahnach/00.htm

**Шпигун Юрій**
студент 3 курсу юридичного фак-ту
Наук. кер.: к.ю.н., доцент, Синєокий О.В.

## МЕТОДИКА РОЗСЛІДУВАННЯ ХУЛІГАНСТВА

Актуальність вказаної тематики обумовлена як поширенням сучасних злочинних посягань проти громадського порядку, так і недостатнім рівнем наукових досліджень у сфері протидії таким правопорушенням. Одним з найбільш небезпечних посягань на громадський порядок, як відомо, є хуліганство. Проблеми кримінальної відповідальності за хуліганство досліджувались у працях П. Андрушко, М. Бажанова, Ю. Бауліна, В. Дзюби, І. Даньшина, Ю. Демидова, А. Ільясова, та ін.

Справи про злочини, передбачені ст. 296 КК України, при наявності підстав можуть порушуватися по будь-якому вказаному в ст. 94 КПК України приводу. При цьому органи дізнання і слідчі повинні враховувати дві особливості: наявність достатніх даних, які вказують на ознаки кримінально-караного хуліганства, оскільки хуліганські вчинки, в залежності від характеру, ступеня порушення і повторності, можуть тягти за собою як кримінальну, так і адміністративну відповідальність; спрощений порядок провадження в справах про злочини, передбачені ч.1 ст. 206 КК України, які за загальним правилом порушуються судом по матеріалах органів міліції або інших органів дізнання (ст.430 КПК України). [2]

Приводами до порушення кримінальної справи, як показує практика, найчастіше є заяви потерпілих, повідомлення установ, організацій, службових осіб, представників громадськості або очевидців хуліганства. Нерідко справи про хуліганські вчинки порушуються на підставі протоколу затримання правопорушників в момент вчинення злочину або ж внаслідок безпосереднього виявлення прокурорсько-слідчими працівниками ознак кримінально-караного хуліганства. Як уже відзначалося, повідомлення про хуліганські дії поступають або в момент їхнього вчинення, або відразу після закінчення і потребують негайного реагування з боку робітників міліції для припинення хуліганства і затримки злочинців.

Якщо повідомлення про хуліганство надійшло з запізненням, як правило проводять попередню перевірку. У заявника і свідків-очевидців відбирають пояснення, відбирають різні документи (медичні довідки, характеристики), іноді проводять огляд місця злочину.

На початку розслідування висувають і перевіряють загальні типічні версії. Початковий етап розслідування хуліганства починається з аналізу та оцінки первинних матеріалів. Це дозволяє визначити слідчу ситуацію, а потім спланувати тактичні операції для її вирішення. Нариклад такі типові слідчі ситуації. Осіб затримано на місці події, є свідки, потерпілий і матеріальні сліди. Це характерно для хуліганства, скоєного на вулиці, в громадському транспорті, в комунальній квартирі та інше. Тут можливі наступні тактичні операції (тобто комплекс організаційних, оперативно-розшукових та слідчих дій) для: встановлення особи затриманого, встановлення ознак хуліганства в його діях;

виявлення та забезпечення збереження джерел доказів. Вони включають: бесіди, опитування, огляд, допит, особистий обшук, обшук по місцю проживання (наприклад, в випадку розслідування радіохуліганства) та інше [3, 56].

Реалізація тактичної операції завжди починається з планування системислідчих дій, оперативно-розшукових та організаційних заходів, направлених на рішення конкретної задачі розслідування. Так, план тактичної операції "Припинення хуліганських дій та затримання хуліганів на місці події" включає: припинення хуліганських дій, фізичне захоплення злочинців, обеззброєння та доставлення їх в пункт охорони громадського порядку або в відділ міліції, де проводяться: особистий обшук, освідування та допит. План тактичної операції. 'Розшук і затримання хуліганів' включає: огляд місця події, допит свідків, потерпілих, обшук, впізнання, перевірка показів на місці, а також проведення оперативно-розшукових заходів (переслідування 'по гарячих слідах', організація спостереження за місцями ймовірної появи злочинця, блокування вокзалів, парків відпочинку та інших місць, де ймовірніше всього він може переховуватися; використання для розшуку криміналістичних обліків та інформаційно-довідникових систем органів внутрішніх справ; залучення до розшуку громадськості).

Найбільш складним в структурному і тактичному відношенні є планування тактичної операції "Розшук злочинця по матеріальних слідах-відображеннях скоєного хуліганства". Ця операція обов'язкова при ситуації, коли хуліганство скоєно без свідків. В цьому випадку здійснюється: допит заявника, огляд місця події, попереднє дослідження або призначення судових експертиз з метою дослідження слідів злочину, обшуки, оперативно-розшукові заходи, організаційні заходи. [3, 58]

Таким чином, планування тактичної операції як системи слідчих дій, оперативно-розшукових та організаційних заходів завжди визначається характером слідчої ситуації та її задач, що випливають з розслідування хуліганства на початковому етапі.

Першочерговими слідчими діями є: огляд місця події в справах про хуліганство повинен проводитись негайно після отримання інформації про нього. Сліди хуліганських дій (рук, ніг, запаху, різних виділень, мікрочастин, плям крові, волосся і т.п.) обов'язково є на місці події, однак вони погано зберігаються. При огляді слід розширювати зону пошуку, старанно дослідити шлях, яким зникли злочинці, використовувати службово-розшукову собаку для переслідування „по гарячих слідах".

Одним із невідкладних слідчих дій по справах про хуліганство є затримка хуліганів. Фактична затримка звичайно оформляється рапортом робітника міліції, де, крім настановних даних хулігана й обставин події, повинні знайти свідчення про поводження особи в момент затримки, а також анкетні дані очевидців події. [1]

Вибір тактики затримки залежить від того, чи намагаються хулігани сховатися або чинити опір. По справах аналізованої категорії вкрай рідко вдасться заздалегідь підготувати і старанно спланувати затримку, тому від оперативного робітника потрібно знання обстановки й уміння діяти рішуче, щоб

забезпечити затримку усіх або більшої частини хуліганів. Особлива увага повинна бути виділена забезпеченню безпеки осіб, що роблять затримку, оскільки з боку хуліганів не виключено застосування зброї проти затримуючих.

Часто, прибувши на місце пригоди, наряд патрульно-постової служби знаходить там лише постраждалого, а хуліган устигає сховатися. У таких випадках робітники міліції діють у відповідності з інструкціями про розшук злочинця по горячим слідам.

Обшук може бути проведений як за місцем проживання, так і за місцем роботи. Пошуку і вилученню підлягають: знаряддя злочину; об'єкти , що свідчать про те, що особа, що учинила хулігансво, вчинила й інші злочини; предмети, що розкривають характер взаємовідносин між підозрюваним і потерпілим, а також указують на можливе місцезнаходження хулігана, який укривається від слідства і суду. [1]

Початок послідуючого етапу розслідування звичайно пов'язують з закінченням провадження невідкладних слідчих дій (ст. 104 КПК України). До цього часу зібрані основні джерела доказів, вирішені слідчі ситуації, перевірені версії, які було побудовано на основі аналізу первинних матеріалів, знайдені та затримані підозрювані. Діяльність слідчого на послідуючому етапі розслідування починається з аналізу та оцінки зібраних фактичних даних, обліку нових слідчих ситуацій, планування відповідних версій та визначення подальшого направлення розслідування.

Типові слідчі ситуації: встановлено конкретних осіб та їх причетність до скоєння хуліганства, пред'явлені обвинувачення; є підозрювані, зібрані докази, але їх недостатньо для встановлення причетності підозрюваних до скоєного хуліганства, обвинувачення не пред'явлені; зібрані недостатні докази, не має підозрюваних, не встановлені особи злочинців.

При розслідуванні особливо злісного хуліганства необхідно встановити специфічні обставини: застосування або спроба застосування вогнепальної або холодної зброї; спеціально пристосовані предмети для нанесення тілесних ушкоджень. [3, 67]

Обставини, які сприяють скоєнню хуліганських дій, досить різноманітні і повністю стають відомими після закінчення розслідування. Проте деякі з них стають відомі вже після огляду місця події. Виявивши обставини, які потребують негайного реагування, слідчий вносить письмове подання в відповідну організацію, установу з пропозицією усунути конкретні умови, які сприяли скоєнню даного правопорушення.

Обставини, які сприяли скоєнню хуліганства, породжуються різними факторами, джерелами яких можуть бути: особа злочинця (низький рівень освіти, антигромадські погляди); недоліки в діяльності підприємств, установ, організацій, інтереси яких порушуються хуліганством; недоліки в роботі правоохоронних органів (відсутність маршрутів рухомих міліцейських груп і дружинників на околицях населеного пункту, місцях масового відпочинку людей і т.д.).

Робота слідчого по виявленню обставин, які сприяли скоєнню хуліганства включає: безпосереднє розслідування; узагальнення та вивчення розглянутих

судом кримінальних справ про хуліганство за визначений період. На підставі зробленої роботи слідчий приймає заходи по усуненню причин і умов, які сприяли скоєнню хуліганства.

Узагальнюючи практику розслідування справ щодо хуліганства, можна зробити наступні висновки. При розслідуванні кримінальних справ про хуліганства слідчі досить часто перекваліфіковують їх на інші статті КК України ( 101, 102, 106, 89 –1, 145 – 1, 222, 187 – 3 ), тому що в цих справах дуже важко доказувати умисел на порушення громадського порядку. Крім того, майже неможливо встановити істину в справах про хуліганства, коли наприклад, в бійці приймають участь дві групи : потерпілих і підозрюваних. В цьому разі дуже складно встановити послідовність дій кожного із учасників, хто саме наніс те чи інше тілесне ушкодження і т.д. [1]

Особливістю хуліганства, є те, що вони більше ніж на 90 відсотків скоюються особами у стані сп'яніння. Тобто в момент затримання хуліганів, вони перебувають під впливом алкоголю і тому їх допитують, як правило, на наступний день, після протверезення. На мою думку, слід було б, негайно після затримання хуліганів відібрати у них пояснення, щоб на наступний день слідчому було простіше з ними працювати, тобто допитувати.

Далі слід відзначити, що слідчі в районних відділах внутрішіх справ зовсім не використовують при проведенні таких слідчих дій як допити, відтворення обстановки і обставин події, очні ставки – відеозапис, фотографування та складання схем та креслень. Чому не використовується відеозапис, фотографування зрозуміло, бо на це не має коштів та засобів. Але чому б слідчим не використовувати схеми і креслення, вони ж потребують лише часу та мінімальних навичок креслення, які набуваються ще в школі, досить спірне питання. За допомогою схем та креслень слідчий може встановити детальну картину події хуліганства, де і хто знаходився, як рухався, хто кому які наніс ушкодження і т.д. Це дасть змогу слідчому об"єктивно встановити істину по справі і направити її своєчасно до суду.

Література

1. Кримінально-процесуальний кодекс // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1961, N 2.
2. Кримінальний кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, N 25-26, ст.131
3. Конкретно-соціалогічне дослідження хуліганських проявів серед неповнолітніх. К.: 2006. – 156 с.

**Янькова Яна**
студентка 3 курса юридичного фак-ту
Наук. кер.: к.ю.н, доцент Синєокий О.В.

## КРИМІНОЛОГО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПОРТРЕТ СЕКСУАЛЬНОГО ЗЛОЧИНЦЯ

Актуальність даної теми виникає передусім з тим що кримінально-процесуальне законодавство України безпосередньо не регламентує діяльність зі складання й використання психологічних портретів злочинців. Але було б

помилкою відмовлятися від їх використання у правоохоронній діяльності, обґрунтовуючи це складністю самої процедури і браком фахівців. Незважаючи на те, що психологічні портрети не є доказами в кримінальних справах, їх можна застосовувати при пошуку доказів, а також при здійсненні оперативних і слідчих дій щодо встановлення винних. Дана тема є актуальною впродовж довгого часу та була висвітлена в наукових працях таких вчені, як О.В. Синєокого, В.С. Четвертикова, А. Павліченка, В.Н. Кудрявцева, К.Е. Ігушева, В.В. Мегедь, В.А. Внукова та інших.

Кримінологічне дослідження особи злочинця має важливе значення не тільки для розвитку кримінологічної науки, а й для практичної діяльності правоохоронних органів. У практичній діяльності з профілактики злочинності, розкриття та розслідування злочинів, призначення й виконання покарання, взяття до уваги особистісного фактора відіграє майже вирішальну роль, що проявляється в таких основних напрямках:

1) у статистичному аналізі злочинності за особою злочинця;

2) при проведенні профілактичних заходів;

3) при встановленні причин й умов, які сприяли вчиненню злочину та вивченню особи підозрюваного й обвинуваченого під час досудового слідства кримінальної справи;

4) у діяльності судів при призначенні покарання;

5) у діяльності працівників кримінально-виконавчої системи під час відбування засудженими покарання;

6) в оперативно-розшуковій діяльності.

У юридичній психології особистість злочинця уособлює сукупність психологічних властивостей, характерних для осіб, що визначають злочини [1].

Типологія є розподілом злочинців на категорії за ознаками, які причинно пов'язані зі злочинною поведінкою. Типологія передбачає вищий рівень пізнання. При цьому умовно виділяють ознаки-прояви й ознаки-причини, які забезпечують змістовний характер розподілу. В основі типології обов'язково лежать істотні ознаки явищ. Тип злочинця виражає якісну однорідність істотних характеристик багатьох злочинців такого виду.

Кримінологічна типологія злочинців, як правило, будується на двох підставах: характері антисуспільної спрямованості особи і глибині та стійкості її асоціальності.

При типологічній оцінці сексуальних злочинців усіх різновидів застосовується структурний принцип, що дозволяє встановити зв'язок між найбільш типовими особистісними ознаками, які забезпечують емоційне реагування - його інтенсивність, зовнішній вияв, рухомість, вплив на вольові процеси. Якщо всі елементи структури особистості сексуального злочинця набули явно вираженого антисуспільного характеру (повна кримінальна зараженість), тоді доводиться констатувати приреченість даної особи в майбутньому на вчинення сексуальних злочинів. А це є, власне, визнанням обумовленості поведінки, яка давно зазнала справедливої критики і відкинута вітчизняними кримінологами і психологами [2].

Таким чином, особистість злочинця, з одного боку, поняття загальносоціологічне, з іншого боку – юридичне. В. Четвертиков вважає, що з кримінально-правових позицій про особистість злочинця можна говорити лише тоді, коли особа визнана судом винною [3]. Кримінологічна наука при вивченні особи злочинця спирається начисленні теоретичні концепції суміжних наук, керуючись при цьому принципом мінімізації.

Вивчення особистості злочинця містить у собі дослідження психологічних механізмів протиправної поведінки, мотивацій різних злочинів, ролі і співвідношення індивідуально-психологічних і соціально-культурних факторів у формуванні особисті злочинця і кримінальної поведінки, впливу на нього стійких і ситуативних психічних станів.

Структура особистості як соціального феномена може бути охарактеризована через її стрижневі властивості, які виділяються як найголовніші [4]. Ознаки особистості злочинця не зводяться до ознак складу злочину, а соціально-психологічні й біологічні ознаки особи не охоплюються конструкцією складу злочину. Науково-детерміністичний погляд на кримінальну сексуальну поведінку ґрунтується на визнанні взаємопов'язаних між собою зовнішніх (об'єктивних) і внутрішніх (суб'єктивних) детермінант [5]. Причому переважаючою є думка про те, що основними, генетично вихідними є зовнішні фактори, які породжують усі види внутрішніх [6].

Фахівці вважають, що розробка психологічного портрета злочинця актуальна при розслідуванні певної категорії неочевидних злочинів, що характеризуються істотним чи повним браком відомостей про конкретну особистість винуватця: убивств на сексуальному ґрунті з ознаками садистського катування жертви; убивств з посмертними колотими і різаними пораненнями; убивств з ознаками маніпуляцій злочинця з трупом жертви; „безмотивних" підпалів і вибухів; зґвалтувань тощо. У цьому випадку пошук ознак злочинця здійснюється найчастіше тільки виходячи зі слідів і обставин злочину. Їх психологічний аналіз, у рамках методики складання психологічного портрета злочинця, може ініціювати продуктивні версії про особливі ознаки злочинця, що дозволяють звужувати коло підозрюваних, а також виявляти винного серед осіб, які потрапили в поле зору слідства.

З урахуванням цих вимог до портрета злочинця фахівці рекомендують включати такі дані:

1) загальну характеристику особистості та переважну мотивацію злочинів;
2) індивідуальні ознаки особистості – звички, схильності, навички тощо;
3) вік;
4) район місця проживання;
5) район місця роботи, служби, навчання;
6) часткові характеристики місця ймовірного перебування;
7) рівень освіти та професійної кваліфікації;
8) рід занять;
9) особливості походження (батьківська родина) і особистої історії життя;
10) сімейний стан;
11) наявність дітей;

12) ставлення до окремих видів діяльності – служба в армії, спорт, медицина, робота з людьми тощо;

13) наявність судимості у минулому;

14) наявність психічної чи іншої патології;

15) антропологічні та динамічні характеристики обличчя (тип зовнішності, статура, пантоміміка тощо).

Окрім зазначених можуть бути наведені й інші дані.

Складання психологічних портретів доцільно проводити не хаотично, а за чітким алгоритмом, який дозволяє, насамперед, систематизувати одержану інформацію для досягнення ефективності та послідовності у проведенні роботи.

Практика боротьби зі злочинністю знає багато прикладів ефективної взаємодії оперативних і слідчих працівників з фахівцями криміналістичної психології. Останнім часом у слідчій практиці використовується система моделювання і прогнозування злочинної поведінки особи (невідомого злочинця) через складання її психологічного портрета. Психологічні особливості людини, яка підозрюється у скоєнні злочину, в будь-якому віці — у значній мірі продукт її онтологічного (прижиттєвого) розвитку. Психологічні особливості особистості – результат життєвого досвіду людини, яка вчинила злочин, що є інтегральним результатом усієї сукупності умов, способу життя, власної активності. Тому, отримавши інформацію про життя людини, можна із значною часткою вірогідності припустити наявність у неї психологічних особливостей, що вплинули на прийняття рішення про вчинення певного виду злочину. Під час роботи необхідно дотримуватися того принципу, що психологічний портрет злочинця не обов’язково має вказувати на конкретну особу. Метою його складання є створення загального уявлення про тип особистості злочинця, вироблення стратегії, пропонування варіантів того, як знайти особу, що вчинила злочин.

Ґрунтовне вивчення та взяття до уваги психологічних особливостей особи обвинуваченого в процесі досудового слідства надає слідчому можливість передбачити позицію обвинуваченого в процесі розслідування справи, спрогнозувати поведінку обвинуваченого під час проведення якоїсь із слідчих дій і, згідно з цим, обрати правильну тактику як розслідування загалом, так і тактику здійснення певних слідчих дій, що, своєю чергою, сприяє швидкому й повному розкриттю злочинів, забезпеченню принципу всебічного, повного й об'єктивного встановлення істини у справі.

Важливу роль особа винного відіграє також при призначенні судами законного й обґрунтованого покарання. Багато обставин, які характеризують особу злочинця (вік, осудність, попередня судимість, службове становище тощо), законодавець відносить до ознак складу злочину. Необхідність взяття до уваги особи винного при призначенні покарання законодавець відносить до загальних основ призначення покарання (ст.65 КК України). Ступінь вини й індивідуалізація покарання залежать від пом'якшувальних (ст.66 КК України) чи обтяжу-вальних (ст.67 КК України) відповідальність обставин. Можливість застосування до винного більш м'якого покарання, ніж передбачене законом, законодавець також пов'язує з особою винного (ст.69 КК України).

Кримінологічні дані про особу злочинця допомагають правильно вирішити питання про її звільнення від покарання та його відбування (статті 74-87 КК України), про заміну кримінального покарання примусовими заходами виховного характеру (ст.97 КК України) тощо.

Отже, кримінолого-психологічний сексуального злочинця - це результат психолого-правового дослідження матеріалів кримінальних справ та оперативно-пошукових справ за фактами розкритих злочинів та результатом психолого-криміналістичного метода пізнання кримінальної події (портретування),орієнтованого на виявлення комплексу відомостей про індивідуальні ознаки та особливості особи суб'єкта злочину , що проявились у сукупності обставин та слідах злочинної діяльності, особа описується в термінах його стійкого психологічного та громадянського стану.

Література

1. Психологический словарь / под ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – М І Политиздат, 1990. – С.194
2. Основи кримінальної сексопатології: навчальний посібник /О.В. Синєокий; перед.д.мед., проф. І.І Горпиченка. – Суми: Університетська книга, 2010. – 572 с.
3. Четвертиков В.С. Криминология : учебное пособие / В.С. Четвертинов. – М.: ИНФРА-М, 1996. – С. 67.
4. Павліченко А. Ціннісні орієнтації у системі становлення особистості / А. Павліченко // Психологія і суспільство. – 2005. – С.100.
5. Игошев К.Е. Типология личности преступника и мотивация преступного поведения / К.Е. Игошев. – Горький: Горьк. высш. школа МВД СССР, 1974. – 168 с.
6. Криминальная мотивация / под ред. В.Н. Кудрявцева. — М.: Наука, 1986. – 304 с.
7. Науково-практичний коментар кримінального кодексу Українит / За ред.. М.І. Мельника. М.І. Хавронюка. – 7-ме вид., переробл. Та допов. – К.: Юридична думка, 2010. – 1288 с.

## СЕКЦІЯ №6 МАТЕМАТИЧНІ НАУКИ

**Александров Іван,** магістр математичного факультету,
**Долгих Анастасія,** здобувач
Наук. кер.: д.ф.-м. н., проф. Приварников А.К.

### КОНТАКТНА ЗАДАЧА ПЛОСКОЇ ТЕОРІЇ ПРУЖНОСТІ ДЛЯ ПІВПЛОЩИНИ З ПРУЖНО ЗАКРІПЛЕНОЮ МЕЖЕЮ

Нехай на верхню межу $z = 0$ пружної однорідної ізотропної півплощини $z \geq 0$ діє система $m \geq 1$ штампів. Поза ділянками контакту межа півплощини пружно закріплена, тобто $\sigma_{zz}(x,0) = \kappa \dfrac{E}{2(1-\nu^2)} u_z(x,0)$. Тут $E$ і $\nu$ – модуль Юнга та коефіцієнт Пуассона матеріалу півплощини, $\kappa$ – константа (коефіцієнт

жорсткості пружного закріплення межі півплощини). При вдавлюванні в основу штампи переміщуються поступально нормально до її недеформованої межі. Сили тертя між штампами та поверхнею основи відсутні: $\sigma_{xz}(x,0)=0$. Профілі штампів вважаємо гладкими пологими і такими, що їх кутові точки можуть бути розташовані тільки на кінцях ділянок контакту $[a_k,b_k]$, $k=\overline{1,m}$. Відомі величини сил $Q_1,\dots,Q_m$, під дією яких кожен з штампів незалежно один від одного був вдавлений у півплощину. Вважаючи відомими параметри задачі $E$, $\nu$, $\kappa$, функцію $f(x)$, яка визначає рівняння профілів штампів, а також величини головних векторів сил $Q_1,\dots,Q_m$, які діють на штампи, потрібно визначити напруження $\sigma_{xx}(x,z)$, $\sigma_{xz}(x,z)$, $\sigma_{zz}(x,z)$ і переміщення $u_x(x,z)$, $u_z(x,z)$ в довільній точці $(x,z)$ півплощини і, зокрема, контактні напруження $\sigma_{zz}(x,0)$ на ділянках контакту $a_k<x<b_k$ штампів з півплощиною.

Нехай $z=-f_k(x)$ – рівняння профілю підошви одного із штампів. Будемо вважати, що функції $f_k(x)$ неперервні та такі, що їх похідні задовольняють умові Гельдера [3] з додатним показником на кожному з відрізків контакту $[a_k,b_k]$, $k=\overline{1,m}$. Позначимо через $L$ – сукупність відрізків контакту $L_k=[a_k,b_k]$, $k=\overline{1,m}$, і введемо функцію

$$f(x)=\begin{cases} f_1(x), & x\in L_1,\\ \dots \\ f_m(x), & x\in L_m. \end{cases}$$

Поставлена задача зведена до розв'язання сингулярного інтегрального рівняння відносно допоміжної функції $q(x)$:

$$\int_L \frac{q(t)dt}{t-x}=\frac{\pi E}{2(1-\nu^2)}f'(x)+\kappa\int_L q(t)K(x,t)dt,\ K(x,t)=\int_0^\infty \frac{\sin(p(t-x))dp}{p+\kappa}. \qquad (1)$$

Отримані формули для визначення усіх шуканих величин за відомою функцією $q(x)$, наприклад,

$$\sigma_{zz}(x,z)=-\frac{1}{\pi}\sum_{k=1}^{m}\int_{a_k}^{b_k} q(t)dt\int_0^\infty \frac{pe^{-pz}}{p+\kappa}(pz+1)\cos(p(t-x))dp. \qquad (2)$$

Шукана функція $q(x)$ на відрізку контакту $L_k=[a_k,b_k]$, $k=\overline{1,m}$, має таку структуру [3]

$$q(x)=\frac{\widetilde{q}(x)}{\sqrt{(b-x)(x-a)}}, \qquad (3)$$

де функція $\widetilde{q}(x)$ неперервна на $[a_k,b_k]$ і, внаслідок цього, обмежена та інтегровна. Цією обставиною можна скористатися для чисельного розв'язання сингулярного інтегрального рівняння (1). Замінимо в рівнянні функцію $q(x)$

згідно з формулою (3), тоді інтегральне рівняння відносно функції $\widetilde{q}(x)$ буде мати вигляд

$$\sum_{k=1}^{m}\int_{a_k}^{b_k}\frac{\widetilde{q}(x)}{\sqrt{(b-x)(x-a)}}\cdot\frac{dt}{t-x}=\frac{\pi E}{2\left(1-\nu^2\right)}f'(x)+\kappa\sum_{k=1}^{m}\int_{a_k}^{b_k}\frac{\widetilde{q}(x)}{\sqrt{(b-x)(x-a)}}K(t,x)dt. \quad (4)$$

Задамо тепер $m$ натуральних чисел $M_1$, $M_2$, … , $M_m$ (остаточні значення цих чисел визначаються за допомогою комп'ютеру). Якщо $x\in(a_1, b_1)$, то лише перший інтеграл у лівій частині рівняння (4) (тобто інтеграл, який відповідає індексу $k=1$) є сингулярним. Для такого х усі інші інтеграли у правій та лівій частинах рівняння не є сингулярними. Замінімо кожний з несингулярних інтегралів у рівнянні (4) відповідними квадратурними сумами найвищого алгебраїчного степеня точності [4]

$$\int_{a_k}^{b_k}\frac{\varphi(t)dt}{\sqrt{(b_k-t)(t-a_k)}}\approx\frac{\pi}{M_k}\sum_{i=1}^{M_k}\varphi(t_i^k). \quad (5)$$

Сингулярний інтеграл у лівій частині рівняння (4) замінимо іншою квадратурною сумою, яка має найвищий алгебраїчний степінь точності лише для $M_1-1$ значень $x_r^1$ змінної $x$:

$$\int_{a_k}^{b_k}\frac{\varphi(t)dt}{\sqrt{(b_k-t)(t-a_k)}(t-x_r^k)}\approx\frac{\pi}{M_k}\sum_{i=1}^{M_k}\frac{\varphi(t_i^k)}{t_i-x_r^k},\ r=\overline{1,\ M_k-1}. \quad (6)$$

У формулах (5), (6)

$$t_i^k=\frac{b_k-a_k}{2}\cos\frac{2i-1}{2M_k}\pi+\frac{b_k+a_k}{2},\ i=\overline{1,M_k}; \quad (7)$$

$$x_r^k=\frac{b_k-a_k}{2}\cos\frac{\pi r}{M_k}+\frac{b_k+a_k}{2},\ r=\overline{1,\ M_k-1}. \quad (8)$$

Зауважимо, що $t_i^k$ та $x_r^k\in(a_k,\ b_k)$. Змінній $x$ будемо послідовно надавати значення $x_r^1$, $r=\overline{1,\ M_k-1}$, з інтервалу $(a_1, b_1)$ за формулою (8). Це дозволить кожний раз заміняти з високою точністю сингулярний інтеграл у сингулярному рівнянні (4) квадратурною сумою (6). Таким чином отримаємо $M_1-1$ лінійних алгебраїчних рівнянь відносно невідомих значень функції $\widetilde{q}(t)$ у $M_1+M_2+...+M_m$ вузлах (7), розташованих на інтервалах $(a_k, b_k)$. Тепер другий сингулярний інтеграл у лівій частині сингулярного рівняння (4) замінимо квадратурною сумою (6) для кожного $x_r^2$, $r=\overline{1,\ M_k-1}$, з інтервалу $(a_2,b_2)$. Інші інтеграли у правій і лівій частинах рівняння не є сингулярними. Їх замінимо відповідними квадратурними сумами згідно з (5). Отримаємо додатково ще $M_2-1$ лінійних алгебраїчних рівнянь відносно невідомих значень функції $\widetilde{q}(t)$ в усіх вузлах (7) на $m$ інтервалах $(a_k, b_k)$. Продовжуючи далі описаний процес створення лінійних алгебраїчних рівнянь, в остаточному

підсумку отримаємо $M_1+M_2+...+M_m-m$ лінійних алгебраїчних рівнянь відносно $M_1+M_2+...+M_m$ невідомих значень функції $\widetilde{q}(t)$ в усіх вузлах (7). Доповнимо цю систему рівнянь $m$ рівняннями рівноваги штампів:

$$Q_k \approx \frac{\pi}{M_k}\sum_{i=1}^{M_k}\widetilde{q}\left(t_i^k\right), \quad k=\overline{1,\,M_k},$$

де, як і раніше, вузли $t_i^k$ визначаються за формулою (7).

Отже, контактна задача зведена до розв'язання системи $M_1+M_2+...+M_m$ лінійних алгебраїчних рівнянь відносно $M_1+M_2+...+M_m$ невідомих значень функції $\widetilde{q}(t)$ у вузлах (7):

$$\sum_{k=1}^{m}\frac{\pi}{M_k}\sum_{i=1}^{M_k}\frac{\widetilde{q}(t_i^k)}{t_i^k-x_r^k}+\kappa\sum_{k=1}^{m}\frac{\pi}{M_k}\sum_{i=1}^{M_k}\widetilde{q}(t_i^k)K\left(t_i^k-x_r^k\right)=\frac{\pi E}{2\left(1-\nu^2\right)}f'\left(x_r^k\right),\ x_r^k\in\bigcup_{k=1}^{m}[a_k\,,\,b_k],$$

$$\frac{\pi}{M_k}\sum_{i=1}^{M_k}\widetilde{q}(t_i^k)=Q_k\ ,\ k=\overline{1,m}.$$

Тепер на прикладі напружень $\sigma_{zz}(x,z)$ покажемо, як обчислити переміщення і напруження в довільній точці $(x,z)$ пружної півплощини. Замінимо функцію $q(t)$ в (2) згідно з формулою (3) і скористуємось після цього квадратурною формулою (5), отримаємо розрахункову формулу для напруження $\sigma_{zz}(x,z)$ при $z\neq 0$:

$$\sigma_{zz}(x,\,z)\approx-\sum_{k=1}^{m}\frac{2}{M_k}\sum_{i=1}^{M_k}\widetilde{q}\left(t_i^k\right)\int_0^{\infty}\frac{p}{p+\kappa}e^{-pz}(pz+1)\cos\left(p\left(t_i^k-x\right)\right)dp.$$

При $z=0$ формула для $\sigma_{zz}(x,\,0)$ має вигляд

$$\sigma_{zz}(x,\,0)=-q(x)+\kappa\sum_{k=1}^{m}\frac{1}{M_k}\sum_{i=1}^{M_k}\widetilde{q}\left(t_i^k\right)L\left(x,\,t_i^k\right).$$

Тут

$$L(x,t)=-\left[ci\left(\kappa|\,t-x\,|\right)\cos\left(\kappa|\,t-x\,|\right)+\sin\left(\kappa|\,t-x\,|\right)si\left(\kappa|\,t-x\,|\right)\right],$$

де $ci(x)$ и $si(x)$ – інтегральні косинус та синус [1].

У таблиці 1 наведені значення напружень $\sigma_{zz}(x,z)$ в пружній півплощині при z=0 м та $z=0.1$ м. Вихідні дані для розрахунків: $E=10^{10}$ Па, $\nu=0.25$, $\kappa=0{,}2$ м$^{-1}$ $Q=10$ Н, $f(x)=0$, $a=-1$ м, $b=1$ м.

Таблиця 1 – Нормальні напруження $\sigma_{zz}(x,z)$ у півплощині

| $x$ (м) | 0 | 0,25 | 0,5 | 0,75 | 1 | 1,25 | 1,5 | 1,75 | 2 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| $\sigma_{z1}(x,0)\left(\frac{\text{Н}}{\text{м}}\right)$ | 0,49 | −1,36 | −2,94 | −4,80 | $-\infty$ | | | | |
| $\sigma_{z1}(x,1)\left(\frac{\text{Н}}{\text{м}}\right)$ | −8,52 | 0,48 | −3,52 | −6,48 | −6,57 | 0,72 | 0,70 | 0,62 | 0,55 |

Напруження $\sigma_{zz}(x,0)$ під штампом від'ємні та при $x \to 1$ зростають за модулем, що відповідає очікуваній фізичній картині розподілу напружень у півплощині.

Література

1. Градштейн И. С. Таблицы интегралов, сумм, рядов и произведений / И. С. Градштейн, И. М. Рыжик. – М.: Физматгиз, 1963. – 1100 с.
2. Двумерные граничные задачи теории упругости для многослойных оснований: методическая разработка / состав. А. К. Приварников. – Запорожье: Запорожский государственный университет, 1990. – 84 с.
3. Мусхелишвили Н. И. Некоторые основные задачи математической теории упругости / Н. И.Мусхелишвили – М. : Наука, 1966. – 708 с.
4. Панасюк В. В. Распределение напряжений около трещин в пластинах и оболочках / В. В. Панасюк, М. П. Саврук, А. П. Дацишин – К. : Наукова думка, 1976. – 444 с.

**Афанасова Вікторія**
студентка І курсу Економіко-правничого коледжу ЗНУ
Наук. кер.: Олененко М.Г.

## ПАРАДОКС МОНТІ ХОЛА ТА ЖУРНАЛІСТИКА

Математика – це точна наука, яка виникла дуже давно, виходячи з практичних потреб людини. Математика не належить до природничих наук, але широко використовується в них як для точного формулювання їх змісту, так і для отримання нових результатів. Ця наука – далеко не гуманітарна. Для її пізнання необхідно мати глибоке логічне мислення, оскільки вона насичена різноманітними аксіомами, формулами, теоремами та доведеннями. На сьогоднішній день майже у всіх галузях життя – як повсякденного так і наукового – використовується ця наука. Широко відоме використання математичних методів в історії, хімії, літературі. Саме тому вивчення математики є важливим для кожної людини, що прагне розвиватися та досягати істотних результатів у своїй професійній діяльності. Математика – важливий інструмент для розвитку мислення, логіки, кмітливості. Відомий факт – людина, що непогано розуміється в математиці, набагато легше впорається з багатьма задачами своєї професії, ніж та, що з царицею наук стосунки не налагодила. І для того, щоб ця наука стала для таких людей легшою та більш зрозумілою, необхідна дещо більша її популяризація.

Популяризацією математики будемо вважати процес розповсюдження математичних знань у сучасній і доступній формі для широкого кола людей. Один із методів поширення математики, що використовується найширше і, можливо, є найдієвішим – це викладення деяких її розділів у літературних творах відомих письменників. Такий спосіб на даний момент є дуже актуальним, бо на сьогодні все більше авторів вдаються до висвітлення певних математичних тем у власних художніх творах, а кількість читачів художньої літератури та періодичних видань збільшується у порівнянні з минулим

десятиріччям. Цей спосіб – наявний доказ того, що математика може бути цікавою та має широкий спектр застосування. Необхідно зазначити, що важливу роль у популяризації саме таким способом грають не лише письменники, а й журналісти.

Так, наприклад, у творі англійського письменника Марка Хеддона «Загадкове нічне вбивство собаки» обговорюється парадокс Монті-Холла [3]. Це відомий парадокс теорії ймовірності – одна з відомих задач, розв'язок якої, на перший погляд, суперечить здоровому глузду. В романі відомого російського письменника-фантаста Сергія Лук'яненка «Недотепа» головні герої за допомогою логічного мислення та початкових знань з теорії ймовірності виграють карету та можливість продовжити свою подорож [1, 256]. Парадокс Монті-Холла описується також і в деяких кінострічках. Наприклад, у фільмі «Двадцять одне» викладач, Мікі Роса, пропонує головному герою, Бену, вирішити задачу, суть якої зводиться до умови парадоксу: за трьома дверима два самоката та один автомобіль. Необхідно вгадати двері з автомобілем. Після першого вибору Мікі пропонує змінити вибір. Бен погоджується і математично аргументує своє рішення: «У перший раз ймовірність правильного вибору складала 33,3%, але після того, як я відкрию одну з дверей, вона складе 66,7%, якщо я зміню свій вибір. Тому я виберу двері номер 2». Так він мимоволі проходить тест у команду Мікі [2].

Серед студентів Економіко-правничого коледжу ЗНУ гуманітарної спеціальності «Видавнича справа та редагування» було проведено опитування, основним завданням якого було: з'ясувати, наскільки велике бажання студентів вивчати математику, наскільки вони розуміють важливість цієї науки у їх майбутній професії та наскільки на їх думку вплине наявність конкретного приклада математики в літературі. Перше питання анкети звучало таким чином: «Чи хотіли б Ви вивчати математику задля використання отриманих знань у майбутній професії журналіста?». Частка студентів, які дали стверджувальну відповідь на це запитання, склала лише 12%, усі інші, відповідно, відмовилися від такої ідеї, що говорить про те, що популярність математики як науки є дуже низькою для опитуваних та 88% студентів не бачать реальної можливості використання отриманих знань у подальшому.

Друге питання анкети мало такий вигляд: «Чи приділяли б Ви більше уваги вивченню математики, якби окремі її розділи подавалися у якості уривків з літературних творів популярних письменників і журналістів?» У якості прикладу, в цьому питанні анкети було надруковано уривок з твору «Недотепа» Сергія Лук'яненка, про який згадувалося раніше. Цього разу частка стверджувальних відповідей зросла до 60%. Такий результат призводить до наступного висновку: опитувані побачили на реальному прикладі, що математичні знання можуть бути застосовані не лише абстрактно, а й абсолютно конкретно, як на прикладі героїв книги так і на прикладі викладеного матеріалу – письменник використав прийоми математики аби зробити сюжет більш динамічним та цікавим.

Щодо зв'язку журналістики та математики, то тут математику можна використовувати за двома напрямками. По-перше, створювати зацікавлення

людей, не пов’язаних з цією наукою шляхом використання термінів, оборотів, цікавих історій, парадоксів, історій із життя відомих математиків у друкованих виданнях. Ймовірність того, що вони після цього почнуть самостійно читати математичні трактати та розв’язувати задачі, звичайно, дуже невелика, але викликати зацікавленість та показати важливість науки для кожного – задача абсолютно реальна та можлива. Сьогодні будь-хто за допомогою Інтернету може ознайомитися у загальних рисах з будь-якими математичними поняттями та, навіть, розділами. По-друге, можлива робота й у зворотному напрямку – популяризація друкованих видань – журналів, газет – серед людей, що вивчають математику, але не цікавляться літературою та публіцистикою. Використання відомих математичних понять, назв, прізвищ легко може привернути увагу навіть тих, хто раніше навіть не відкривав журналу або читав книгу останнього разу за шкільною партою.

Таким чином, розповсюдження математичних знань через літературні художні твори, а також кінофільми є дуже актуальним та дієвим, оскільки такий метод допомагає легше зрозуміти важливість математики як науки, необхідної для всіх, науки, що сприяє розвитку логіки, мислення загалом, загального рівня розвиненості особистості. За результатами, отриманими з опитування невеликої вибірки студентів, можна продемонструвати, наскільки подібний спосіб популяризації математики є дієвим: відсоткове відношення відповідей студентів на перше та друге питання анкети продемонструвало суттєву зміну їхньої думки щодо ставлення до математики. Що стосується відношення математики та журналістики, можна зробити висновок, що ці дві галузі можуть бути тісно пов’язаними та можуть використовуватися для популяризації одне одного.

**Герасименко Олексій**
студент 5 курсу математичного факультету
Наук. кер.: к.ф.-м.н., доц. Бувайло Д.П.

## СТВОРЕННЯ НМК ДОКУМЕНТАЦІЇ ЗА ДОПОМОГОЮ БАЗОВАНОЇ НА XML МОВИ ОПИСУ ДИСЦИПЛІНИ

**Навчально-методичний комплекс** (НМК) – це певна, чітко визначена сукупність навчально-методичних документів, що являють собою модель освітнього процесу, яка згодом буде реалізована на практиці.

**Мета НМК** дисципліни полягає в тому, щоб забезпечити цілісний навчальний процес з певної дисципліни в єдності цілей навчання, змісту, дидактичного процесу й організаційних форм навчання. Лише при дотриманні цієї умови НМК буде являти собою комплекс у повному розумінні цього слова – сукупність різних засобів навчання, що складають одне ціле.

**НМК призначений** нести у собі всю необхідну інформацію з дисципліни, яку повинен опрацювати та засвоїти студент. Також повинен містити нормативні відомості з цього предмета, наприклад: назву спеціальності, кількість годин, семестр та вид контролю, викладачі, кафедра та інше. Для

цього він має бути прийнятого Міністерством освіти виду, мати логічний зміст та структуру[1]. НМК складається з двох частин:

1) матеріали щодо планування вивчення дисципліни;

2) матеріали методичного забезпечення вивчення навчальної дисципліни.

Основним структурним компонентом інформаційно-методичного забезпечення є створення електронного навчально-методичного комплексу дисципліни. Згідно з наказом Міністерства освіти України від 2 червня 1993 року № 161 «Положення про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах», навчально-методичний комплекс складається з 15 структурних розділів [2].

Нас насамперед цікавить перша частина, що стосується планування вивчення дисципліни. В документах НМК є елементи які повторюються. Їх можна знайти не лише в різних документах, а й в одному по декілька разів. Використання однакових написів спонукає автора НМК робити неточності, так як він друкує власноруч.

Ручний спосіб створення документів породжує неузгодженість документації та наступні тривалі ручні корективи. Для вирішення проблем потрібно повністю усунути всі потенційні недоліки при створенні документів вручну, а саме: розбіжності у часто повторюваних елементах; узгодженість всіх планів, який при редагуванні може змінитись; параметри сторінок, відступи тощо;

Щоб запобігти появі помилок цих типів, потрібно запровадити ряд шаблонізованих заходів. Це значить що потрібно створити «скелет» документа, який міститиме в собі всі повторювані елементи, потрібний формат для тексту, правильні відступи та параметри аркушів – (не матиме розбіжностей з оригіналом).

То доцільно використовувати засоби, що дозволяють зберігати інформацію в символьному виді. Тобто використовувати треба мову програмування, яка б вміла не лише форматувати текст і все інше, а й несла в собі шаблони відображення цих аркушів. Областю пошуків є мови розмітки сторінок – тобто WEB-програмування.

Найімовірнішим претендентом є мова розмітки тексту XML.

**Чому саме:**

- потрібен стандарт побудови мов розмітки ієрархічно структурованих даних для обміну;
- стандарт визначає метамову, на основі якої, шляхом запровадження обмежень на структуру та зміст документів визначаються специфічні, предметно-орієнтовані засоби розмітки даних.
- XML-документ може складатися із власне створених тегів, придатних до читання та розуміння їх суті людиною;

**XML** (eXtensible Markup Language)[3] – це розширювана мова розмітки тексту, запропонована W3C у 1996 році. Це мова, яка повною мірою визначає логічну структуру документа. Задача XML полягає в тому, щоб дані: тексти, зображення або інші частини Web-документа могли бути визначені і

структуровані незалежно від платформи, що їх відтворює, постачальника і його програмного забезпечення, наприклад Web-браузерів.

Створення опису структури та значення даних дає можливість використовувати ці дані багатьма способами. Наприклад, якщо створено блок даних про продаж і кожен елемент цього блоку є чітко визначеним, до звіту про продаж можна завантажити лише потрібні елементи, а інші елементи завантажити до облікової бази даних. Або інший приклад: можна використовувати одну систему для створення даних і розмічування їх XML-тегами, а обробляти ці дані в будь-якій іншій системі, незалежно від апаратної платформи або операційної системи. Така сумісність пояснює, чому мова XML стала однією з найпоширеніших технологій обміну даними.

Найбільш важлива особливість XML і супутньої йому технології розширюваної мови таблиці стилів (Extensible Stylesheet Language, XSL) складається у відділенні форматування від інформаційного наповнення.

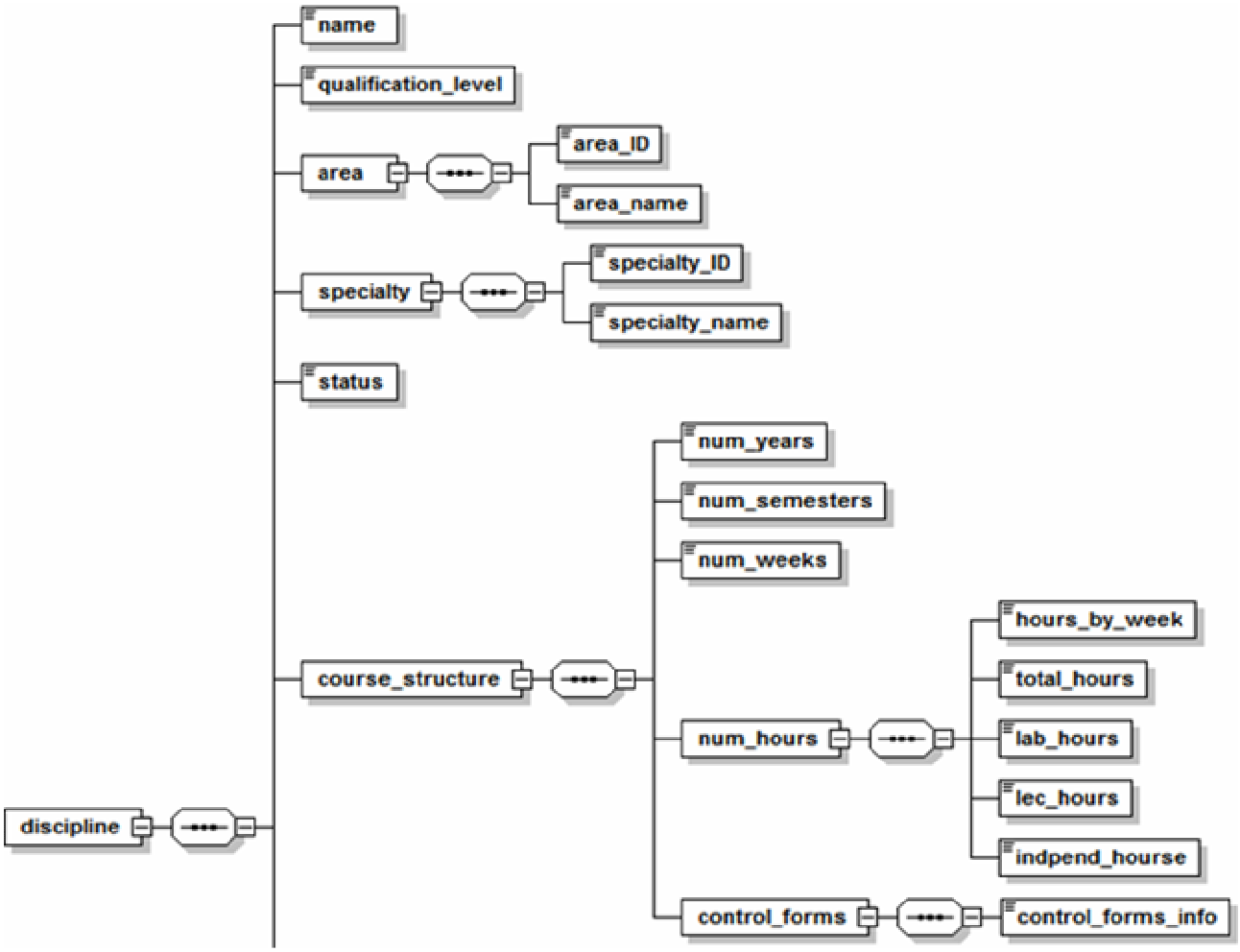
**Таблиці стилів XSL**[4] описують, як документи XML повинні перетворюватися в інші формати, такі, як **HTML** або RTF. Але таблиці стилів XML – це щось більше, ніж просто перетворювачі форматів; вони також надають механізм для маніпулювання даними. Наприклад, дані можна сортувати, робити по ним пошук, видаляти або додавати прямо з браузера.

XSL спроможна також здійснювати умовну трансформацію виведення в залежності від значень різноманітних елементів або атрибутів. Більш того, вона дозволяє запитувати дані з використанням множини різноманітних операторів шаблонів, символів підстановки, фільтрів, булевих операторів і виражень множини. XML і XSL ніяким чином не призначені для заміни SQL, до того ж навряд чи знайдеться багато бажаючих берегти свої бази даних безпосередньо у форматі XML. XSL відкриває можливість різноманітного пошуку по даним після їх завантаження в браузер. Вам вже не знадобиться для пошуку інформації примітивна вмонтована команда браузера Find.

**XML Schema**[6] — це всього лише XML-файл із правилами щодо того, що може, а що не може міститися у файлі з XML-даними. Файли схеми зазвичай мають розширення XSD, а файли з XML-даними мають розширення XML.

За допомогою схем програми перевіряють дані. Схеми створюють каркас для структурування даних і забезпечення їхньої змістовності для автора та інших користувачів. Наприклад, якщо користувач вводить неприпустимі дані, скажімо, текст у полі дати, програма пропонує ввести припустимі дані. Якщо дані в XML-файлі відповідають правилам відповідної схеми, будь-яка програма, що підтримує XML, може використовувати цю схему для читання, інтерпретування та обробки даних.

На рисунку показано **головні сутності документації**, які було виділено для створення мови опису:




Для чіткої структури документа потрібно було виділити теги які є головними(загальними) – ті що використовуватимуться лише раз, ті в які будуть вкладатися інші і не обов'язково однократно. Всі дочірні теги по своєму смислу будуть вкладатися в структурі на рівень вище, показуючи приналежність до цього рівня.

Нижче наведений скорочений вид XML-документа, коментарі якого пояснюють сутність тегів. Код відформатований в ієрархічному стилі, тому зрозуміло що в куди вкладається.

```
<?xml version="1.0" encoding="windows-1251"?>
<discipline>
 <!--Назва дисципліни-->
 <name></name>
 <!--Кваліфікаційний рівень-->
 <qualification_level></qualification_level>
 <!--Галузь науки-->
 <area>
  <area_ID></area_ID>
  <area_name></area_name>
 </area>
 <!--Спеціальність-->
 <specialty>
  <specialty_ID></specialty_ID>
```

```
  <specialty_name></specialty_name>
 </specialty>
……
```

Як зазначалося вище, XML надає потужні способи використання та повторного використання даних. Механізм повторного використання даних називається **перетворення розширюваної мови аркушів стилів (XSLT)**[5], або просто перетворення. Після того, як файл із даними перевірено на відповідність схемі, можна застосувати перетворення.

Перетворення також можна використовувати для обміну даними між внутрішніми системами, наприклад між базами даних. Комбінація файлу даних, схеми та перетворення є основою XML-системи. Файл із даними перевіряється на відповідність схемі та відтворюється перетворенням будь-яку кількість разів у будь-який спосіб. Результат – перетворення розгортає дані на веб-сторінці.

**Для генерації HTML-файлу**, було використано стандартний перетворювач MSXML[7], та Apache-FOP[8] для генерації PDF. Наприклад, для застосування перетворення navch_prog.xsl до документа discipline.xml щоб отримати результат Navch_prog.html треба виконати тільки наступну команду (файл make_html.bat):

```
msxsl.exe -t discipline.xml navch_prog.xsl -o Navch_prog.html
```

Отже, можна стверджувати, що використання засобів XML значно полегшує створення документації. Запобігання появи помилок є головною перевагою у виконанні цього завдання процесі. Автоматизація цього процесу значно зменшує витрати часу на корегування. Вивчивши склад та особливості документації, виявивши недоліки при створенні комплексу вручну, було створено мову опису дисципліни, впроваджено XML-schem'у для перевірки на відповідність XML-файлу з даними, написані генератори для створення друкованої версії документації, та для публікації у веб.

Література


1. Методичні рекомендації щодо створення навчально-методичних комплексів дисциплін в умовах кредитно-модульної системи організації навчального процесу – http://kyrator.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=101:meodrekomdokompleksiv&catid=16&Itemid=121
2. Склад навчально-методичного комплексу дисципліни – http://nuwm.rv.ua/metods/ogo/nmk.doc
3. Стандарт XML - http://www.w3schools.com/xml/
4. Керівництво XML стилів – XSL – http://www.centreequestre-lavelarderie28.com/xml/guide/stylesheet_320.html
5. XSLt (трансформація) – http://www.w3.org/TR/xslt
6. X-schema - http://www.w3schools.com/schema
7. Parser (MSXML) – http://support.microsoft.com/kb/269238
8. Apache FOP Project – http://xmlgraphics.apache.org/fop/

**Гриценко Анастасія**
студентка 1 курсу математичного фак-ту
Наук.кер.: ст. викладач Циммерман Г.А.

## ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ГРІ «КОЛЕКТИВНИЙ МОРСЬКИЙ БІЙ»

Інтелектуальні інформаційні системи проникають у всі сфери нашого життя. Особливістю ШІ (або ж наближених до нього засобів) є те, що він не є простим інструментом у своїй будові та функціональності. ШІ сам обирає який саме алгоритм використовувати при вирішенні тієї чи іншої задачі. На сьогодні такий вибір є завченим алгоритмом вирішення задач з інтегруванням різноманітних методів аналізу та прийняття рішення.

Відомо, що банки застосовують системи штучного інтелекту в страховій діяльності при грі на біржі й управлінні власністю. Методи розпізнавання образів (включаючи нейронні мережі) широко використовують при оптичному та акустичному розпізнаванні (в тому числі тексту і голосу), медицинській діагностиці, спам-фільтрах, в системах проти повітряної оборони (визначення цілей), а також для забезпечення ряду інших задач національної безпеки.

Розробники комп'ютерних ігор вимушені застосовувати ШІ тої чи іншої міри опрацьованості. Стандартними задачами ШІ в іграх є пошук шляху в двовимірному або тривимірному просторі, імітація поведінки бойової одиниці, обрахунок вірної економічної стратегії та інші.

Сьогодні за рахунок досягнень в області штучного інтелекту створено велику кількість наукових розробок, що істотно спрощують життя людей. Заміна людини-спеціаліста на системи штучного інтелекту, зокрема на експертні системи, зрозуміло, там, де це припустимо, дозволяє істотно прискорити і здешевити процес виробництва. Системи штучного інтелекту завжди об'єктивні і результати їх роботи не залежать від моментного настрою і ряду інших суб’єктивних факторів, які властиві людині.

**Особливості розробки ШІ на прикладі комп’ютерної гри**

За останні роки спостерігається вибухоподібне зростання інтересу до питань розробки ігрових засобів штучного інтелекту. Комп'ютерним ігровим засобам штучного інтелекту доводиться вирішувати в ході гри такі ж завдання, що і людям, але із застосуванням методів штучного інтелекту. Засоби штучного інтелекту управляють персонажами комп'ютерних ігор, успішно домагаючись створення ілюзії цілеспрямованої діяльності.

Алгоритми штучного інтелекту можна застосовувати для вирішення майже будь-яких завдань. Системи ігрового ШІ можна умовно розділити на два типи: локальні та глобальні. Локальні, тобто ШІ окремої одиниці: солдат, танк, автоматичні двері. Такі системи складаються з чотирьох основних елементів: система введення інформації (сенсор); пам'ять; модуль прийняття рішень; система виводу системи.

Другий тип відповідає за глобальні дії/події в грі. Наприклад, у стратегічних іграх він керує всією армією ворога, визначає баланс сил на основі деяких показників, потім на основі цієї та іншої інформації виробляє свою

стратегію ведення війни. Притому кожен об'єкт має свій локальний ШІ, який допомагає йому виконувати накази глобального.

***Технології створення ігрового ШІ.***

Перша технологія – це кінцеві автомати (finite state machine). Для визначення такої системи потрібно конкретизувати два ключові елементи: множину станів і множину правил переходу системи з одного стану в інший. Стани мають вигляд типу: стою, стріляю і т.д. Правила зміни станів:

- ✓ Ходьба:
  - якщо побачив ворога – перехід в стан переслідування;
  - якщо прийшов в потрібну точку – почати поворот до наступної.
- ✓ Поворот: побачив ворога – переслідувати; якщо повернувся на достатній кут – почати ходьбу.
- ✓ Переслідування: ворога не видно – розворот до потрібної точки; підійшов досить близько до супротивника – п очати бій.
- ✓ Бій: ворог відійшов далі – переслідувати; ворог зник – поворот.

Коли вже визначені всі стани і переходи, запрограмувати таку систему не складе труднощів. З переваг кінцевого автомата можна назвати відносну простоту в розумінні, написанні, висока продуктивність в роботі. Недоліки: при великій кількості станів і переходів реалізація такого ШІ викликає велику кількість труднощів.

Інший спосіб реалізації системи правил спирається на скриптові мови і є більш гнучким, так як вся логіка роботи ШІ відокремлена від основного коду движка. Скриптові системи правил підходять у ситуаціях, в яких потрібно створити різноманітність істот, кілька схожих по зовнішньому вигляду і поведінки.

Нейронні мережі є одними з найбільш перспективних технологій створення ШІ. Суть полягає в спробі математичного моделювання роботи головного мозку людини, яка складається з нейронів, сполучених між собою. Процес моделювання складається з двох етапів: навчання і власне використання. Революційність нейронних мереж стосовно ігрового ШІ полягає в тому, що тепер віртуальні суперники отримують можливість навчатись.

## Реалізація ШІ на прикладі комп’ютерної гри "Колективний Морський Бій"

Метою було розробити ШІ, який зміг би в грі "Колективний Морський Бій" за мінімальну кількість пострілів вивести з ладу кораблі супротивників, але при цьому залишитися хоча б з однією цілої палубою і зайняти перше місце в турнірі. Для досягнення мети було використано технологію кінцевих автоматів і мову програмування Delphi для формального запису поведінки ШІ. Гравець (ШІ) повинен розставляти кораблі "по краях", крім однопалубних, а їх розставити випадково. Також він повинен знаходити найвлучнішого, тобто у якого найбільша кількість пострілів за гру, і стріляти в нього. Причому якщо спочатку, наприклад, найвлучнішим був гравець1, потім він став стріляти невлучно, в цей же час гравець2 став влучно стріляти, то гравець повинен почати стріляти в гравець2. Якщо на початку гри немає найвлучнішого гравця, то гравець повинен стріляти випадково. Якщо найбільша кількість

пострілів однакова у декількох гравців , то гравець повинен стріляти випадково у будь-якого гравця. Гравець повинен стріляти по полю суперника випадково, тобто вибирати випадкові клітини, але при цьому він не повинен стріляти в себе, не повинен стріляти в гравців, які програли. Гравець повинен аналізувати не тільки свої результати пострілів, але і результати пострілів інших гравців.

Приклад фрагменту коду, в якому здійснюється розстановка кораблів гравця

```
Fld[2,2]:=1;Fld[4,4]:=2;Fld[3,7]:=3;Fld[1,10]:=4;
Fld[6,2]:=10;Fld[6,3]:=10;Fld[8,3]:=6;Fld[8,4]:=6;
Fld[8,6]:=7;Fld[8,7]:=7;Fld[8,1]:=5;Fld[9,1]:=5;
Fld[10,1]:=5;Fld[10,3]:=8;Fld[10,4]:=8;Fld[10,5]:=8;
Fld[10,7]:=9;Fld[10,8]:=9;Fld[10,9]:=9;Fld[10,10]:=9;
```

Приклад фрагменту коду, в якому здійснюється алгоритм пострілів гравця

```
Dead_body[Number]:=20; max:=-1;
for i:=0 to 9 do if (Dead_body[i]<>2)and (i<>Number)  then  if shot[i]>max
then begin max:=shot[i];Plr:=i; end;
repeat
y:=random(10)+1; x:=random(10)+1;
until   Fields[plr,x,y]<>8;  end;
```

Приклад фрагменту коду, в якому здійснюється аналіз своїх пострілів і пострілів інших гравців

```
if (Res=1) then inc(loser[nEnm]);
for a:=0 to TotalPlayers-1 do
if (loser[nEnm]=20) and (Dead_body[nEnm]<>2) then
                              Dead_body[nEnm]:=2;
if (Res=1) or (Res=0) then Fields[nEnm,x,y]:=8;
if res=1 then begin inc(shot[nPlr]);
                Fields[nEnm,x-1,y-1]:=8;
                Fields[nEnm,x-1,y+1]:=8;
                Fields[nEnm,x+1,y+1]:=8;
                Fields[nEnm,x+1,y-1]:=8;
          end;
```

У роботі було розглянуто проблеми застосування ШІ в різноманітних сферах життя. Сьогодні створено велику кількість наукових розробок штучного інтелекту, що істотно спрощує життя людей. ШІ застосовується у медицині, індустрії, воєнних технологіях, інформаційних системах.

Також розглянуто проблему створення ШІ на прикладі комп'ютерної гри. Після аналізу існуючих технологій створення ШІ біло розроблено ШІ для гри «Колективний Морський Бій». В основі розробки лежить технологія кінцевих автоматів, що є досить старою технікою створення ШІ,але вже перевіреною роками.

**Кобенок Олена**
студентка 3 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: д.т.н., професор Гоменюк С.І.

## ЗАСТОСУВАННЯ ФРАКТАЛІВ У КОМП'ЮТЕРНІЙ ГРАФІЦІ

Напевно, не знайти людини, яку б не зачаровувало споглядання фрактальної графіки – комусь в її таємничих елементах уява малює нічне полум'я кострищ, комусь – довгі батоги водоростей, що колишуться в товщі води, комусь – простори Всесвіту. Використовуючи фрактали, можна будувати не лише ірреальні зображення, але й сповна реалістичні (наприклад, фрактали використовують при створенні хмар, снігу, берегових ліній, дерев, кущів та ін.). Тому застосовувати фрактальні зображення можна в самих різних сферах, починаючи від створення звичайних текстур і фонових зображень і закінчуючи фантастичними ландшафтами для комп'ютерних ігор або книжкових ілюстрацій. А створюються подібні фрактальні шедеври (так само як і векторні) шляхом математичних розрахунків, та на відміну від векторної графіки базовим елементом фрактальної графіки є сама математична формула – це означає, що жодного об'єкту в пам'яті комп'ютера не зберігається, і зображення, яким би не було воно складним та загадковим, будується виключно на основі рівнянь.

**Поняття фрактала**

Своєю появою на світ та популярністю фрактали зобов'язані математику Бенуа Мандельброту. Заслуга Б. Мандельброта в тому, що йому вдалося зібрати разом, систематизувати та зробити загальним надбанням розрізнені відомості, перша поява яких відноситься на початок XX століття. Фрактали спочатку існували як плід уяви математиків, але з часом були знайдені в реальних об'єктах навколишнього світу. Контури гір, кордони материків, русла гірських річок, берегова лінія й багато що інше – все це фрактали.

Визначення фрактала, надане Мандельбротом, звучить так: «Фракталом називається структура, що складається з частин, які в якомусь сенсі подібні до цілого». Однією з основних властивостей фракталів є самоподібність. У найпростішому випадку невелика частина фрактала містить інформацію про сам фрактал [3].

Щоб уявити все різноманіття фракталів зручно вдатися до їх загальноприйнятої класифікації. Існує три класи фракталів: геометричні, алгебраїчні та стохастичні.

Розглянемо принцип побудови геометричних фракталів. Фрактали цього класу найнаочніші. В них відразу помітна самоподібність. Їх отримують шляхом простих геометричних побудов. Поступають таким чином: береться відрізок, крива або геометрична фігура, так званий генератор, на підставі якого будуватиметься фрактал. Далі вибирається набір правил, за яким буде перетворюватись вхідний геометричний об'єкт у нову фігуру, за один крок алгоритму замінюючи кожну складову частину початкового об'єкту на генератор у відповідному масштабі. Потім до кожної частини отриманої фігури застосовують той же набір правил. З кожним кроком фігура ставатиме все складніше і складніше. В результаті безкінечного повторення цієї процедури

отримаємо геометричний фрактал. Найбільш відомими геометричними фрактальними об'єктами можна назвати криву Кох (аналогом у природі є сніжинка), трикутну і універсальну криві Серпінського, криві Мінковського й Пеано, фігуру Ліхтенберга, яка з'являється у вигляді візерунку на пластинці діелектрика після його пробою та багато інших.

Фрактали наступного вигляду називаються алгебраїчними. Це найбільша група фракталів. Фрактали цього класу отримують за допомогою нелінійних процесів в *n*-мірних просторах. Найбільш вивчені двомірні процеси. Один з методів побудови алгебраїчних фракталів полягає в наступному. Ви берете формулу, підставляєте в неї число й отримуєте результат. Потім підставляєте в цю ж формулу результат і отримуєте наступне число – таким чином генерується ітераційний процес. Повторюючи цю процедуру багато разів, отримуємо набір чисел, які є точками розміщення фрактала. Змінюючи алгоритм вибору кольору, можна отримати складні фрактальні картини з химерними багатоколірними візерунками. Несподіванкою для математиків стала можливість за допомогою примітивних алгоритмів породжувати дуже складні нетривіальні структури. Відомий приклад алгебраїчного фрактала – множина Мандельброта [1], [2].

Б.Мандельброт досліджував перетворення комплексної площини, задане елементарною формулою: $z_{n+1} = z_n^2 + c$. Розглядаючи траєкторії точок, отриманих за цим перетворенням, він вивчав залежність картини від параметра *c*. Фіксуючи параметр *c*, учений встановив ті області на площині, виходячи з яких, точки не "втікають" в нескінченність, а утворюють за таким ітераційним процесом послідовність, яка залишається в обмеженому околі. Виявилось, що значення таких параметрів *c* утворюють зв'язну множину з дивно химерною границею, і форма основної частини множини повторюється в різних масштабах. Цю множину було названо множиною Мандельброта [3].

Ще одним прикладом алгебраїчного фрактала є фрактал Kam Torus, який змальовує послідовність торів, що мають в тривимірному просторі форму бублика, а в двомірному випадку – криву, що є подібністю еліпса. Даний фрактал породжується набором рівнянь, в яких змінна на кожному кроці збільшується на одиницю:

$$x(0) = y(0) = b / 3;$$
$$x(n+1) = x(n)*\cos(a) + (x2 - y(n))*\sin(a);$$
$$y(n+1) = x(n)*\sin(a) + (x2 - y(n))*\cos(a).$$

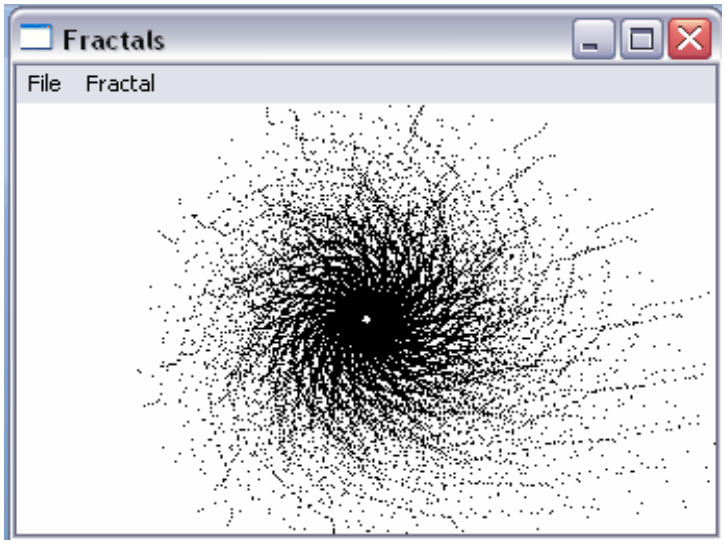
Останнім відомим класом фракталів є стохастичні фрактали, які утворюються в тому випадку, коли в ітераційному процесі хаотично змінюються будь-які його параметри. При цьому виходять об'єкти дуже схожі на природні – несиметричні дерева, зрізані берегові лінії й тому подібне. Двовимірні стохастичні фрактали використовуються при моделюванні рельєфу місцевості, поверхні морів та ін. Тому фрактальні моделі стохастичного вигляду сьогодні широко застосовують в комп'ютерних іграх, створюючи в них обстановку, яку вже важко відрізнити від реальності [1],[4].

**Вживання**. Перш за все, фрактали – це галузь дивного математичного мистецтва, коли за допомогою найпростіших формул та алгоритмів виходять

картини надзвичайної краси і складності. У контурах побудованих зображень незрідка вгадуються листя, дерева, квіти. Окрім фрактального живопису існує і фрактальна анімація.

Фрактальна комп'ютерна графіка дозволяє створювати абстрактні композиції, де можна реалізувати такі композиційні прийоми як, горизонталі і вертикалі, діагональні напрями, симетрію і асиметрію та ін. Фрактальне зображення можна порівняти із складною структурою кристала, з сніжинкою, елементи якої вишиковуються в одну складну структуру. Ця властивість фрактального об'єкту може бути вдало використана при складанні декоративної композиції або для створення орнаменту. Сьогодні розроблені алгоритми синтезу коефіцієнтів фрактала, які дозволяє відтворити копію будь-якої картинки скільки завгодно близькою до оригінала. Геометричні фрактали на екрані комп'ютера – це узори, побудовані самим комп'ютером за заданою програмою.

Наступне актуальне використання фракталів – стискування зображень. Достоїнства алгоритмів фрактального стискування – дуже маленький розмір упакованого файлу та малий час відновлення картинки.




Реалізації алгоритму побудови фрактала Kam Torus

Звичайно ж, фрактали застосовуються безпосередньо в самій математиці. В теорії множин множина Кантора доводить існування досконалих ніде нещільних множин, а в теорії міри самоаффінна функція "Канторові сходи" є гарним прикладом функції розподілу сингулярної міри. З моменту відкриття фрактальної геометрії виросла безліч супутніх ідей, наприклад, ідея нецілих значень для кількості змін у просторі.

Роль фракталів в машинній графіці сьогодні досить велика. Вони приходять на допомогу, наприклад, тоді, коли потрібно за допомогою декількох коефіцієнтів задати лінії або поверхні дуже складної форми. Фактично знайдений спосіб легкого представлення складних неевклідових об'єктів, образи яких вельми схожі на природні.

При фрактальному підході хаос перестає бути синонімом безладу й отримує тонку структуру. Фрактальна наука ще дуже молода, і її чекає велике майбутнє.

Краса фракталів далеко не вичерпана і ще подарує немало шедеврів, які тішитимуть око, та доставлятимуть дійсну насолоду розуму.

Література

1. Применение фракталов в машинной графике / Д.Витолин // Computerworld-Россия. – 1995. – №15. – С. 11.
2. Фракталы / Е.Федер ; Пер. с англ. – М.: Мир, 1991. – 254 с.
3. Фрактальная геометрия природы / Б.Мандельброт. – М.: Институт компьютерных исследований, 2002. – 656 с.
4. Фракталы и хаос в динамических системах. Основы теории / Р.М.Кроновер. – М.: Постмаркет, 2000. – 352 с.

**Левченко Марина**
студентка 3 курсу математичного факультету
Наук. кер.: к.ф.-м.н., доц. Леонтьєва В.В.

## ДАВИД ГІЛЬБЕРТ І ЙОГО ВНЕСОК У РОЗВИТОК МАТЕМАТИКИ

*«Кожне століття має свої проблеми,*
*які подальша епоха або вирішує,*
*або відсовує убік, як безплідні,*
*щоб замінити їх новими»*
*Давид Гільберт*

Дана робота присвячена висвітленню основних біографічних фактів та внеску до математики визначного німецького вченого XX ст. Давида Гільберта.

Для сучасної молоді не секрет, що математика – це одна з тих наук, основи якої закладалися не рік, не два і навіть не сто років тому. Математика була закладена понад дві тисячі років. Зараз ми звиклися, що все миттєво застаріває, для комп'ютера рік – вже вирок. Проте в математиці до цих пір актуальні більшість математичних законів і теорем, які були сформульовані фахівцями. Зміни в житті людей сприяли змінам у математиці, на зміну простим завданням почали приходити все більш і більш складні. Так, для вчених, прості рівняння стали тривіальними, вони почали мислити в різних площинах, почали винаходити інші, неіснуючі, але полегшуючі життя простори. Сформувалися формули похідних, інтегралів, тригонометричні формули, основи диференціювання, стали відомі диференціальні рівняння і різні методи їх рішення.

За думкою німецького математика Давида Гільберта наука математика – «це сад, в якому кожен може зібрати букет за смаком». На думку фахівців, саме він краще за інших передбачав майбутній розвиток математики XX сторіччя і саме він був визнаний світовим лідером математиків. Дослідження Гільбертамали вплив на розвиток багатьох розділів математики. Існує думка, що навряд чи можна зустріти в світі математика, чия робота не була б в тій або іншій мірі пов'язана з роботою Гільберта. Як математичний Олександр Македонський, він залишив своє ім'я збереженим на карті математики. Це – Гільбертовий простір, нерівність Гільберта, перетворення Гільберта,

інваріантний інтеграл Гільберта, теорема неприводимості Гільберта, теорема Гільберта про базис, аксіома Гільберта, підгрупа Гільберта, поле класів Гільберта тощо [5].

При цьому біографія у Гільберта звичайна. Народився він 23 січня 1862 в сім'ї судді, в містечку Велау поблизу Кенігсберга. Свої перші уроки отримав удома, від своєї матері. У 8 років почав ходити в підготовчу школу, де надавалися необхідні уроки для гуманітарної гімназії. Однак у цій школі Гільберт не знайшов предмет, який відповідав би його схильностям і був переведений до іншої гімназії, в якій приділялася значно більше уваги математиці і навіть викладалися деякі нові досягнення в геометрії [1]. Далі, в 1880 р., Гільберт вступив до університету, всупереч бажанням батька записавшись не на юридичний, а на математичний курс, який давав йому можливість концентруватися на математиці. Під час свого навчання Гільберт слухав лекції з інтегрального числення, теорії визначників і кривизни поверхонь, з теорії чисел і теорії функцій, а також познайомився з наймоднішою теорією того часу – теорією інваріантів. По закінченню університету, Гільберт захистив дисертацію з теорії інваріантів і став професором математики в Кенігсберзі. Протягом декількох років фундаментальні відкриття Гиліберта в теорії інваріантів висунули його в перші ряди європейських математиків. А в 1895 р. за запрошенням Гільберт перейшов до Геттінського університету та пропрацював там 35 років [1-3].

Потрібно зауважити, що Гільберт був математиком-універсалом. Він по черзі прагнув зрозуміти кожну галузь математики і вирішити в ній ті завдання, які його цікавили. У зв’язку з цим академік А.Н.Колмогоров виділив 8 періодів у творчості Гільберта, кожен з яких присвячений певному розділу математики, а саме: теорії інваріантів (1885-1893); теорії алгебраїчних чисел (1893-1898); основам геометрії (1898-1902); принципу Дирихлє та проблемам варіаційного числення й теорії диференціальних рівнянь, що примикають до нього (1900-1906); теорії інтегральних рівнянь (1900-1910); розв’язанню задачі Варинга (1908-1909); математичній фізиці (1910-1922); логічним основам математики (1922-1939) [1, 4, 5].

Характеризуючи педагогічну діяльність Гільберта, відмітимо, що вона була достатньо не стандартною. Особливість його роботи зі студентами полягала в тому, що на кожний наступний навчальний рік Гільберт оголошував спецкурс з нової для себе області математики. За літо він входив у курс справи і далі вивчав нову науку, навчаючи її студентів «як би ведучи групу альпіністів на траверс незнайомого хребта». Потрапити до складу такої групи вважалося великою честю і дуже важким випробуванням, оскільки не рідко траплялося так, що у вченого інтерес до теми зникав і він її залишав своїм учням для подальшого дослідження, при цьому завжди закінчував відповідний курс для студентів та писав підручники для послідовників [4]. Ті, хто витримував, продовжували і далі займатися математичними дослідженнями. Так, серед його учнів були такі відомі математики, як Ернст Цермело, Герман Вейль, Джон фон Нейман, Ріхард Курант, Гуго Штейнгауз та шаховий чемпіон Еммануїл Ласкер.

Іншою особливістю педагогічної діяльності Гільберта було те, що він регулярно організовував спільні чаювання і турпоходи зі студентами, під час яких математичні дискусії переплітались зі студентськими розмовами про все на світі. Для манірної німецької професури такий стиль спілкування зі студентами був дуже незвичний, але авторитет Гільберта зробив його нормою в університеті, а учні рознесли цю норму по всьому світу. Згодом у Росії її впровадили Дмитро Єгоров, Микола Лузін і їхні учні: Павло Александров, Андрій Колмогоров [1].

Сучасники згадують Гільберта як людину товариську, доброзичливу, працьовиту, не терплячу до нероб, як людину, яка говорить правду. За спогадами його учнів, якщо вчений помічав, що студент не має хисту до математики, або «іскра Божа згасала», то ввічливо радив змінити діяльність. Тому у Гільберта були учні, які стали як математиками, так і фізиками, інженерами, літераторами. Отже, цілком заслужено Гільберта називають самим чудовим учителем математиків ХХ століття.

Зауважимо також, що його вважають й останнім всебічним математиком. Дослідження Гільберта дуже вплинули на розвиток цілого ряду розділів математики. Наприклад, він створив основоположні роботи по аксіоматиці геометрії, арифметики та фізики, в яких намагався довести незалежність і несуперечність лежать в основі систем аксіом. Крім того, у 1900 р. на Паризькому міжнародному математичному конгресі Гільберт сформулював 23 найважливіші математичні проблеми, вирішення яких, на його думку, сприяло б подальшому розвитку математики. В історії математики їх називають «Гільбертовими проблемами». До цього списку було включено задачі з розвиваючихось на той час областей математики: теорії множин, математичної логіки, теорії чисел, геометрії, алгебри, функціонального аналізу. У кожній із цих областей Гільберт виділив одну-дві задачі, які «були найпростіше сформульованими і важкими для розв’язання» [1, 4, 5]. До кінця 20 століття всі ці задачі були або розв’язані, або доведена їхня нерозв’язність. Будь-який математик, що вирішив одну з них, займав почесне місце в математичному співтоваристві. Але кожна розв'язана проблема породила нові проблеми ще більшої складності. Математик передбачав, що при розв’язанні задач, можуть з’явитися нові, важливі відкриття. Вирішення поставлених задач дійсно зіграли важливу роль в розвитку математики, техніки та ін. Життя підтвердило правоту Гільберта. Історики і математики доводять, що, наприклад, комп'ютери були винайдені за замовленням протиповітряної оборони для швидкого розрахунку водневої бомби. Запуск штучного супутника Землі, висадка перших людей на Місяць, прогноз погоди на всій земній кулі – це все є «побічний продукт» вирішення набагато менш красивих проблем в гонці озброєнь.

В дусі проблем Гільберта, рівно через століття, в 2000 р. американський математик Стівен Смейл склав новий перелік з 18 актуальних математичних проблем, які повинні бути вирішеними у ХХІ столітті. А це означає, що сучасним математикам поставили задачі і їх потрібно розв’язувати, і нехай надихає їх вираз Давіда Гільберта «Ми повинні знати. Ми знатимемо».Хочеться

сподіватись, що серед сучасників у науці обов’язково з'являться подібні лідери! [6].

Отже, Давид Гільберт займає особливе місце в історії науки. Хоча велику частину життя цей дослідник жив в XX столітті, він продовжував залишатися «останнім могіканином» класичної математики. Подібно до своїх великих попередників, К.Гаусса і Б.Рімана, він мав універсальний склад мислення. У його житті не залишалося місця для захоплень – все свій час учений віддавав математиці.

Література

1. http://uk.wikipedia.org/wiki/Давид_Гільберт – Давид Гільберт // Вікіпедия.
2. Гильберт / К.Рид. – М.: Наука, 1977. – 365 с.
3. https://dmv.mathematik.de/aktuell/aktuell/archiv/1167.html – Hilbert hat Geburtstag.
4. История математики. Рыбников К.А., Изд. МГУт. 1, 1960 г.
5. Проблемы Гильберта: сб.ст. / Ред. П.С.Александров. – М.: Наука, 1969. – 240 с.
6. http://ru.wikipedia.org/wiki/Проблемы_Гильберта – Проблемы Гильберта // Википедия.

**Лисенко Марія**
студентка 2 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: Циммерман Г.А.

## ЗАДАЧА ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАВЧАННЯ

У широкому сенсі під задачею розуміють завдання, яке потрібно виконати. У навчальній практиці термін «задача» розуміється більш вузько і позначає проблему, яка потребує знаходження рішення за відомими даними за допомогою певних дій (умовиводів, обчислень, переміщень елементів і т. п.) при дотриманні певних правил здійснення цих дій (логічна задача, математична задача , шахова задача).

Задача – проблемна ситуація з явно заданою метою, яку необхідно досягти. У більш вузькому сенсі задачею також називають саму цю мету, дану в рамках проблемної ситуації. У першому значенні задачею можна назвати, наприклад, ситуацію, коли потрібно дістати предмет, що знаходиться дуже високо, друге значення є зрозумілим з вказівки: «Ваша задача – дістати цей предмет». Більш жорстке розуміння «задачі» передбачає наявність і визначеність не тільки мети, але й умови задачі. Ще більш вузьке визначення називає задачею ситуацію з відомими початковим і кінцевим станами системи, причому алгоритм досягнення кінцевого стану від початкового відомий.

В математиці використовують такі класифікації задач:

1) За змістом. Сюди входять такі види задач: обчислювальні, задачі на доказ, задачі на побудову, комбіновані задачі.

Особливе місце при вивченні задач займає такий вид, як текстові задачі, які можна поділити на традиційні та нетрадиційні (проблемні).

2) За функціями. Розрізняють дидактичні, розвивальні, пізнавальні та контролюючі задачі.

Дидактичні задачі випереджаючого характеру можуть бути і пізнавальними, і розвиваючими. Функції задач можна визначити як глобально, так і локально. Наведені вище функції є глобальними. Локальні функції враховуються при підготовці до конкретного заняття. Дидактичні задачі передбачають і використовують на етапі закріплення. Пізнавальні задачі несуть в собі щось нове, що передбачається з метою навчання на даному етапі. Розвиваючі задачі - це нові незнайомі проблемні завдання.

3) За навчальною роллю у вивченні шкільного курсу: задачі на засвоєння, задачі на оволодіння математичної символікою, задачі на навчання доказу, задачі на формування математичних умінь і навичок, задачі розвивального характеру.

Будь-яку дидактичну або навчальну задачу можна перетворити, посиливши розвиваючу функцію. Цього можна досягти різними шляхами: частковою зміною умови задач, розглядом її приватних або граничних випадків, постановкою додаткових питань, вирішенням задачі більш раціональним способом.

4) Залежно від числа відомих учневі компонентів:

- тренувальні вправи (шаблонні задачі), в них відомі і мета, спосіб вирішення, відповідь. До них відносять навчальні задачі, де відомі мета і умова завдання (вони складають більшу частку змісту підручників);
- нестандартні задачі – в них відомою є лише умова;
- задачі-проблеми – відома лише мета. Такі задачі найчастіше зустрічаються в побуті і виробництві. Необхідні умови шляху і засоби вирішення учень має визначити самостійно.

Вирішення задач – процес, який є складовою частиною мислення; виконання дій чи розумових операцій, спрямоване на досягнення мети, заданої у межах проблемної ситуації. З точки зору когнітивного підходу процес вирішення задач є найбільш складною з усіх функцій інтелекту і визначається як когнітивний процес більш високого порядку, що вимагає узгодження та управління більш елементарними або фундаментальними навичками.

Процес вирішення задачі складається з таких основних підпроцесів:

- Виявлення проблемної ситуації;
- Постановка задачі: виявлення і визначення вхідних та вихідних даних і відносин між ними;
- Знаходження шляхів вирішення задачі.

На хід розв'язання задачі і успішність її вирішення впливають такі фактори:

I. Установка:
   1. «Рішення певного числа задач одним способом спонукає випробуваного використовувати той же спосіб для вирішення наступних задач, навіть якщо цей спосіб стає неефективним». Як показав Найт, установка тим сильніше, чим важче були завдання, які її сформували.

2. Функціональна закріпленість: використовуваний певним чином предмет важко потім використовувати інакше при вирішенні задачі.

II. Характеристики суб'єкта:

1. Емоційний (мотиваційний) стан:
   - Попередня невдача знижує ефективність рішення.
   - Найкращі результати мають місце при середній інтенсивності мотивації; надмірна або недостатня мотивація призводить до погіршення результатів (закон Йеркса - Додсона).
2. Знання: можуть як підвищувати, так і знижувати ефективність рішення (через стереотипізації, звички).
3. Інтелект: люди з низьким інтелектом більш сприйнятливі до встановлення.
4. Особистість: показано, що успішність вирішення задач пов'язана з гнучкістю, ініціативою, упевненістю, нонконформізмом, здатністю стримувати рух (дуже повільно креслити лінії і і т. п.).

Зацікавленість задачею проходить в декілька етапів. На першому етапі формується інтерес напрямків на результат діяльності, тобто на результат вирішення задач. На другому етапі створюється позитивне ставлення до предмета математики, розкривається його значення, зміст діяльності в даній області. На наступному етапі свого розвитку (процесуальному) інтерес до змісту задач повинен перерости в інтерес до способів діяльності, починаючи свій розвиток від способу розв'язання задач, для цього тут доцільно використовувати прийоми виклику цікавості, пов'язані зі структурою та процесом вирішення задач.

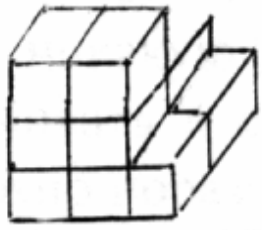
Особливими є різні нетипові, нестандартні задачі, "задачі на кмітливість". Наприклад:

1. На дереві сиділо 10 птахів. Мисливець вистрілив і підстрелив одного птаха. Скільки птахів залишилося на дереві?
2. Як з трьох сірників, не ламаючи їх, утворити чотири?

У такого роду завданнях необхідно побачити і подолати психологічний бар'єр.

Задачі типу "Чи уважний ти?" розвивають увагу і спостережливість школярів. Наприклад:

1) Скільки кутів на кресленні?
2) Скільки кубиків на кресленні?



Дуже цікавими, своєрідними задачами є так звані «дудли», які зазвичай викликають велике бажання самостійно вигадувати і задавати їх один одному.

Наприклад: Що ти бачиш на малюнку?

а)

б)

Можливі відповіді: на малюнку а - проходить вздовж паркану солдатів з собакою; на малюнку б - людина в сомбреро, що їде на велосипеді, т.д.

Корисними і потрібними є задачі на відшукання всіляких закономірностей. Такі задачі формують навички математичного мислення: вміння аналізувати, узагальнювати, знаходити причинно-наслідкові зв'язки..

Для майбутнього математика – задачі, це життя. І готуватись до такого життя потрібно заздалегідь. Для організації допомоги людині (учню, студенту) у справі отримання вмінь вирішувати задачі існує велика кількість книг з цікавої математики та ігор. Не зважаючи на факт, що написані вони для дітей дошкільного та молодшого шкільного віку, вони цікаві, корисні, розвивають мислення і як наслідок - підвищують ефективність навчання.

Література

1. Фрідман Л.М. Основи проблемології / Серія: Проблемологія. – М: Сінтез, 2001. – 228 с.
2. Тихомиров О. К. Психологія мислення. – М., 1984.
3. Балл Г. А. Теорія навчальних завдань: Психолого-педагогічний аспект. – М.: Педагогіка, 1990. – 184 с.
4. Пєтухов В.В. Психологія мислення: Учеб.-метод. посібник для студентів фак. психології держ. ун-тов. – М.: Вид-во МГУ, 1987. – 87 с.
5. Тихомиров О. К. Психологія мислення. М., 1984.
6. Хрестоматія з загальної психології. Психологія мислення / Под ред. Ю.Б. Гіппенрейтер, В.В. Пєтухова. – М., 1981.
7. Ліндсей П., Норман Д. Аналіз процесу розв'язання задач // Хрестоматія з загальної психології. Психологія мислення / Под ред. Ю.Б.Гіппенрейтер, В.В. Пєтухова. М., 1981.
8. Гарднер М. А ну-ка, здогадайся! : Пер. з англ. — М.: Мир, 1984.—213 с.
9. Керролл Л. Аліса в країні чудес (в перекладі Заходера Б.) . Вид-во Махаон , 2010. – 363 с.

**Мізіна Ірина**
студентка 3 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к.ф-м.н., доц. Кондрат'єва Н.О.

## ПРО ДЕЯКИЙ З ПІДХОДІВ ДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАВЧАННЯ МАТЕМАТИЦІ

В умовах бурхливого розвитку техніки і технології, швидкозмінного світу, охопленого соціально-економічними перетвореннями, все більше зростає роль математики в підготовці майбутніх біологів, економістів, соціологів, інженерів і т.д. Математична підготовка має на меті забезпечити використання і розробку нових математичних методів для дослідження широкого кола нових проблем з використанням сучасних обчислювальних

засобів і нових інформаційних технологій [1-3]. У той же час в центр сучасної картини світу стає людина і її інтереси – проходить процес гуманітаризації всіх галузей знання [2, 3].

В шкільній освіті це проявляється, насамперед, в посиленні уваги до особистості учня, в пошуку змісту освіти, форм і методів викладання. Дані явища тісно пов'язані з гуманітаризацією освіти, тобто створення умов для цілісного гармонійного розвитку особистості засобами навчальних предметів [2, 3].

У зв'язку з цим особливу увагу треба приділяти диференційованому навчанню та індивідуальній роботі з учнями не тільки на уроках, а й у позаурочний час. Ця робота спрямована на підвищення мотивації оволодіння наукою – математика, розвитку інтересу до занять; забезпечення найглибшого розуміння важливих ідей математики; оволодіння методами побудови та дослідження математичних моделей; розвиток математичних здібностей учнів; ознайомлення з історією математики та найважливішими відкриттями в галузі математики, застосування математики в різних галузях науки і техніки; формування наукового світогляду; розвитку позитивних рис особистості (розумової активності, пізнавальної самостійності та інтересу, потреби в самоосвіті, здатності адаптуватися до умов, що змінюються, ініціативи, творчості та ін.) та навичок самостійно і творчо працювати з учбовою та науковою літературою [1-3].

Метою даної роботи є аналіз застосування існуючих, названих далі методів в частині виявлення основних якостей розвитку особистості при вивченні математики.

Так, наприклад, при методі «Взаємонавчання» учні у парах, групах або під час проведення колективних занять виконують функції учителя, застосовуючи доступний їм набір педагогічних методів. Коли учням роздають сторінки учнівської роботи і пропонують самостійно закінчити речення з вивченої теми то це метод «Незакінчене речення». Суть методу «Класифікації» у тому, що учні отримують робочі картки, на яких розміщені різні ознаки певних понять або явищ . Спираючись на власні знання, учні повинні групувати їх за певними ознаками або критеріями. Метод «Робота з книгою»- це організація самостійної роботи учнів з друкованим текстом, що дає їм змогу глибоко осмислити навчальний матеріал, закріпити його, виявити самостійність у навчанні. Під методом «Вправи» розуміють повторне (багатократне) виконання розумової або письмової дії з метою поглиблення знань та вироблення відповідних навчальних вмінь та навичок.

Зупинимося детальніше на більш цікавих і нестандартних методах навчання математики.

Виходячи із характеру навчально-пізнавальної діяльності учнів щодо оволодіння матеріалом, що вивчається, виділяються такі методи: пояснювально-ілюстративний, або інформаційно-сприятливий: розповідь, лекція, пояснення, робота з підручником, демонстрація картин, кіно та діафільмів тощо; репродуктивний: відтворення дій щодо застосування знань на практиці, діяльність за алгоритмом, програмування; проблемне викладання

матеріалу, що вивчається; частково-пошуковий, або евристичний метод; дослідницький, коли учням дається пізнавальне завдання, яке вони вирішують самостійно, підбираючи для цього необхідний метод та користуючись допомогою вчителя [4].

Метод «Розповідь (твір)» – це метод оповідально-повідомляючого викладання навчального матеріалу, вчителем та активізації пізнавальної діяльності учнів. Цей метод розширює сприйняття учнів і водночас збагачує учительський досвід; у творах діти висловлюють свої думки, діляться ними, що дає зрозуміти мотиви учнів до навчання; розвивається мова дітей, діти вчаться висловлюватися усно і письмово, аргументувати свої думки на уроках математики.

Цікавим, на мою думку, є метод «Придумування» - це спосіб створення невідомого учням раніше продукту за результатами їх певних розумових дій. Метод реалізується за допомогою таких прийомів: заміщення якості одного об’єкта якостями іншого з метою створення нового об’єкта; пошук властивостей об’єкта в іншому середовищі; зміна елемента об’єкта, що вивчається, та опис властивостей нового об’єкта, який здобуто за результатами цієї зміни [5]. У цій роботі вбачаю такі позитивні моменти: можна побачити математичний світогляд дітей; дізнатися про рівень знань, умінь та навичок з предмету учнів; задоволення від творчого процесу у дітей і учителя-позитивна емоційна складова всього навчального процесу.

Слово «проект» запозичено з латинської й походить від слова «proectus», яке буквально означає «кинутий уперед». У сучасному розумінні проект-це намір, який буде здійснено в майбутньому. Проект-це сукупність певних дій, документів, текстів для створення реального різного роду теоретичного, практичного продукту. Користь від методу «Проект» під час навчальної діяльності учнів на уроках математики: забезпечується активність всіх учнів; відбувається розвиток здатності учнів до таких видів діяльності, як планування, алгоритмізація, постановка цілей, вирішення проблем, зіставлення існуючих умов і шуканого результату; розширюється математичне мислення дітей; підвищується інтерес до математики; діти мають можливість бачити результат своїх зусиль; в учнів розвивається логічна, дослідницька і методологічна компетентності.

Таким чином, робота на уроках математики та у позаурочнй час є суттєвим важелем не тільки при вивченні слухачами шкільної математики, а й у розвитку особистості і врешті становлення сучасного спеціаліста, який розуміє і може застосовувати методи математики в подальшій діяльності.

Література

1. Кудрявцев Л.Д. Мысли о современной математике и ее изучении. – М.: Наука. – 1977. – 112 с.
2. Берулава М.Н. Состояние и перспективы гуманитаризации образования // Педагогика. – 1996. – №1. – С.9-11.
3. Дорофеев Г.В. Гуманитарно ориентированный курс-основа учебного предмета «Математика» в общеовразовательной школе // Математика в школе. – 1997. – №4. – С.59-67.

4. Настільна книга педагога. Посібник для тих, хто хоче бути вчителем-майстром / Андрєєва В.М., Григораш В.В. – Х.: Вид.група «Основа», 2006. – 352 с.
5. Розвиток особистості на уроках математики / О.В.Руденко. – К.: Шк. світ, 2009. – 128 с.

**Носенко Аліна**
студентка 3 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к.ф-м. н., доц. Кондрат'єва Н.О.

## ПОЗАКЛАСНА РОБОТА В ШКІЛЬНІЙ МАТЕМАТИЦІ

Вимоги, що пред'являються програмою з математики, шкільними підручниками і сформованою методикою навчання, розраховані, в більшості на так званого «середнього» учня. Проте вже з перших класів починається різке розшарування колективу учнів: на тих, хто легко і з цікавістю засвоюють програмний матеріал з математики, на тих, хто домагається при вивченні математики лише задовільних результатів, і тих, кому успішне вивчення математики дається з великими труднощами [1-3].

Все це призводить до необхідності індивідуалізації навчання математики, однією з форм якої є позакласна робота.

У підручнику І.П. Подласова зазначено, що позакласна робота — це чітко виражена в часі й просторі організація навчальної діяльності учнів, пов'язана з діяльністю вчителя [1].

І.Ф. Харламов стверджує, що поряд з обов'язковими навчальними заняттями, поза рамками навчального дня в школах та інших навчальних закладах повинні використовуватись різноманітні форми навчальної роботи, які носять для учнів добровільний характер і покликані задовольняти їх різноманітні пізнавальні та творчі потреби. Ці форми добровільних навчальних занять називаються позакласними [1].

Слід розрізняти два види позакласної роботи з математики: робота з учнями, що відстають від інших у вивченні програмного матеріалу; роботу з учнями, які проявляють до вивчення математики підвищений інтерес і здібності.

На уроці математики є чимало можливостей зацікавити школярів змістом цієї науки. Разом з тим основна мета уроків все ж полягає в навчанні певного комплексу процедур математичного характеру; цікавість викладу підпорядкована цієї мети; розвиток здібностей учнів відбувається в рамках вивчення обов'язкового матеріалу.

Додаткові можливості для розвитку здатності учнів та прищеплення їм інтересу до математики і її додатків надають різні позакласні форми занять з математики. Таке розширення відбувається як би само собою, як результат виниклого зацікавлення до предмета, вихованої в ході занять наполегливості.

Заняття з учнями, які проявляють до вивчення математики підвищений інтерес, відповідає наступним основним цілям:

- пробудження і розвиток стійкого інтересу учнів до математики і її додатків;
- розширення і поглиблення знань учнів з програмного матеріалу;
- оптимальний розвиток математичних здібностей у учнів та прищеплення учням певних навичок науково-дослідного характеру;
- виховання високої культури математичного мислення;
- розвиток в учнів уміння самостійно і творчо працювати з навчальною і науково-популярною літературою;
- розширення і поглиблення уявлень учнями про практичне значення математики в техніці і практиці;
- розширення і поглиблення уявлень учнями про культурно-історичні цінності математики, про провідну роль математичної школи у світовій науці;
- виховання в учнів почуття колективізму і вміння поєднувати індивідуальну роботу з колективною;
- встановлення більш тісних ділових контактів між вчителем математики і учнями і на цій основі більш глибоке вивчення пізнавальних інтересів і запитів школярів.

Реалізація цих цілей частково здійснюється на уроках. Однак у процесі класних занять, обмежених рамками навчального часу і програми, це не вдається зробити з достатньою повнотою. Тому остаточна і повна реалізація цих цілей переноситься на позакласні заняття.

Позакласна робота проводиться вчителем зі своїми учнями. Може бути використана одна або кілька конкретних форм: математичний гурток; тиждень або місячник математики; математичні вечори, ранки; різні змагання, ігри, вікторини, конкурси, командні змагання; шкільні олімпіади з математики; клуби веселих математиків; математичні екскурсії та кіно-екскурсії; позакласне читання науково-популярної математичної літератури; шкільні наукові конференції; підготовка учнями доповідей, рефератів і творів з математики; виготовлення математичних моделей і інше [2].

В основі гурткової роботи лежить принцип суворої добровільності. Зазвичай гурткові заняття організовуються для успішних учнів. Проте слід мати на увазі, що іноді й слабо успішні учні виявляють бажання брати участь в роботі математичного гуртка і нерідко досить успішно займаються там; вчителю математики не слід цьому перешкоджати. Необхідно лише більш уважно поставитися до таких учнів, постаратися зміцнити наявні у них паростки інтересу до математики, простежити за тим, щоб робота в математичному гуртку виявилася для них посильною. Звичайно, наявність слабо успішних учнів серед членів математичного гуртка ускладнює роботу вчителя, проте шляхом індивідуалізації завдань, запропонованих учителем гуртківцям, можна певною мірою послабити ці труднощі. Головне - зберегти масовий характер гурткових занять з математики, що є наслідком доступності відвідування гурткових занять усіма бажаючими.

Вже при організації математичного гуртка, необхідно зацікавити учнів, показати їм, що робота в гуртку не є дублюванням класних занять, чітко сформулювати цілі і розкрити характер майбутньої роботи (для цього доцільно

виділити частину часу на одному з уроків математики, з тим, щоб звернутися з повідомленням про організацію гуртка по всьому класу).

На першому занятті гуртка треба намітити основний зміст роботи, вибрати старосту гуртка, домовитися з учнями про права та обов'язки члена гуртка, скласти план роботи розподілити доручення (випуск математичної стінної газети, ведення документації роботи гуртка і т. п.).

Заняття гуртка доцільно проводити один раз на тиждень, виділяючи на кожне заняття по одній годині. До організації роботи математичного гуртка доцільно залучати самих учнів. На заняттях математичного гуртка вчитель повинен створити атмосферу вільного обміну думками та активної дискусії.

Що стосується математичних олімпіад, то вони проводяться на різних рівнях: шкільні, районні, міські, обласні, республіканські, загальносоюзні та міжнародні. У проведенні обласних та республіканських олімпіад активно беруть участь педагогічні інститути та університети.

Олімпіади також надають позитивний вплив і на загальний рівень викладання математики, багато в чому дозволяють виявити якість математичних знань учнів і, крім того, в якійсь мірі орієнтують вчителя, характеризуючи рівень тієї математичної підготовки, яка вважається високою. Однак слід звернути увагу на ту не мало важливу обставину, що олімпіади не є серйозним джерелом нової, цікавлячої учнів інформації і тому не можуть вважатися основною формою поглибленої математичної підготовки молоді.

Для керівництва всією підготовчою роботою внутрішньошкільних олімпіад потрібно вже на початку навчального року виділити оргкомітет. До складу його входять зазвичай два-три вчителі математики і кілька учнів - представників математичних гуртків.

Оргкомітет проявляє ініціативу в організації математичного вечора, лекцій та інших позакласних заходів всередині школи, відбирає завдання для олімпіади та для підготовки до неї, відбирає переможців олімпіади тощо.

Відбір завдань для олімпіади необхідно почати завчасно, задовго до олімпіади, проводити його з урахуванням того, які завдання запропоновані учням для підготовки до олімпіади. Всією цією роботою відає спеціально виділений член оргкомітету (вчитель). До відбору завдань до олімпіади залучаються також інші вчителі математики.

Завдання, які пропонуються на олімпіаді, не вимагають знань, що виходять за рамки шкільної програми. Зазвичай це завдання, що вимагають для свого рішення прояв кмітливості, самостійної думки, гарної просторової уяви, відомих навичок до логічного мислення, а також твердого та неформального знання основних понять і методів шкільного курсу математики.

До позакласної роботи відносять і математичні екскурсії — виключно цікава, але порівняно рідко застосувальна форма позакласного заняття. Не слід думати, що вони зводяться лише до геодезичних робіт на місцевості. Під час екскурсії учень бачить, де на практиці зустрічаються і застосовуються різні геометричні фігури, вивчені їм у школі, знайомиться із застосуваннями математики в різних галузях народного господарства. На екскурсії учень бачить

чимало випадків, коли доводиться використовувати відомі йому формули для обчислення тих чи інших геометричних величин (довжин, площ, об'ємів).

Різновидом позакласної роботи є математичні вікторини це одна з найбільш легко організовуваних форм математичних змагань. Математичну вікторину можна провести на математичному вечорі, на загальношкільних і класних вечорах, присвячених математиці, на деяких засіданнях математичного гуртка.

У вікторині може взяти участь кожен бажаючий. Пропонують звичайно 6-12 питань і задач. Вікторина проводиться по-різному, в залежності від кількості учасників.

Завдання для вікторини повинні бути з легко доступним для огляду змістом, не громіздкі, здебільшого доступні для вирішення в розумі. Крім задач, у вікторину можна включити також різного роду питання з математики та з історії математики [3].

Важливим джерелом систематичного впливу на розвиток пізнавального інтересу школяра, на його розумову діяльність є процес навчання математиці.

В позакласній роботі вивчення математики допомагає вихованню і розвитку глибокого різностороннього інтересу до науки. Використання ігрових моментів в позаурочній роботі — це не тільки цікаве, а й корисне заняття. Вони розвивають у слухачів кмітливість, увагу, пам'ять, культуру математичного мислення.

На основі вище сказаного можна зробити висновок, що позакласна робота є першим етапом поглибленого вивчення математики. Вона має бути спрямована на реалізацію таких навчальних та виховних цілей як: пробудження і розвиток стійкого інтересу учнів до математики; розвиток математичних здібностей учнів; вироблення в учнів певних навичок науково-дослідницького характеру; формування математичної культури учнів; виховання високої культури математичного мислення; розширення і поглиблення уявлень учнів про культурно-історичну цінність математики.

Література

1. Педагогика. Новый курс: Учебник для студ. пед. вузов / И.П.Подласый. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1999. – 576 с.
2. Предметные недели в школе / Л.В.Гончарова. – Волгоград: Учитель, 2001. – 136 с.
3. Методика преподавания математики / Г.П.Бевз. – Изд. 2-е. – К.: Издательское объединение «Вища школа», 1977. – 376 с.

**Пугач Тетяна**
студентка 3 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к.ф.-м. н., доц. Леонтьєва В.В.

# ФЕНОМЕН ЕНДРЮ УАЙЛСА

*«У мене був дуже рідкісний привілей – бути в змозі займатися в моєму дорослому житті тим, що було моєю дитячою мрією. Я знаю, що це – рідкісний привілей, але якщо Ви можете всерйоз робити у дорослому житті щось, що багато означає для Вас , то це принесе Вам більше, ніж це можна уявити»*
*Ендрю Уайлс*

Дана робота присвячена висвітленню основних біографічних фактів англійського та американського математика Ендрю Уайлса та його феноменального досягнення – доведення Великої теореми Ферма, яка є однією з найпопулярніших теорем математики. Серед багатьох вчених саме цей математик став відомим на весь світ завдяки тому, що зміг повністю довести Велику теорему Ферма, чого невдавалося зробити протягом 358 років.

Але, перш ніж перейти безпосередньо до основної заслуги Уайлса, розглянемо стисло його біографію та визначимо, що ж призвело його до пошуку розв'язання цієї досить нелегкої задачі.

Ендрю Джон Уайлс народився 11 квітня 1953 року в Кембриджі, Великобританія. Навчався він на математичному факультеті в коледжі Мертон Оксфордського університету і в 1974 р. отримав вчений ступінь бакалавра. Наукову кар'єру розпочав влітку 1975 р. в аспірантурі під керівництвом професора Джона Коутса в коледжі Клер Кембриджського університету, де й отримав ступінь доктора. У період з 1977 по 1980 рр. Уайлс обіймав посади молодшого наукового співробітника в коледжі Клер і доцента в Гарвардському університеті. Спільно з Джоном Коутс він працював над арифметикою еліптичних кривих з комплексним множенням методами теорії японського математика Івасави, яка знаходиться на перетині класичної теорії чисел і сучасної алгебраїчної геометрії, та спираючись на яку, Ендрю Уайлс кинув виклик доказу Великої теореми Ферма, яка цілком справедливо вважається найбільшим контрастом між простотою формулювання і складністю доведення [1]. Це задача, формулювання якої може зрозуміти школяр середніх класів, а її доказ – не будь-який математик.

Згідно [1], ця теорема стверджує, що для будь-якого натурального числа $n>2$ рівняння $x^n + y^n = z^n$ не має натуральних розв'язків $x, y, z$. Приваблива сила цієї теореми очевидна: немає іншого математичного твердження, яке володіє такою простотою формулювання, очікуваною доступністю доказу, а також привабливістю його «статусності» в очах суспільства. Теорема Ферма змушувала багатьох вчених довгі роки шукати відповідь на це, здавалося б, вельми нескладне питання. Сам автор цієї теореми опублікував доведення для випадку $n=4$, однак не навів повного доведення. Тому багато хто мав сумніви, що Ферма має повне універсальне доведення. У 1770 році Ейлер довів теорему

для $n$=3, Дирихлє та Лежандр – у 1825 – для $n$=5, Ламе – для $n$=7. Кумер навів доведення для всіх простих $n$, менших за 100 (при можливому виключенні 37, 59, 67). Однак світ чекав на повне універсальне доведення, а вчені, не покладаючи рук, довгі роки шукали його. І дочекались: у 1994 р. Єндрю Уайлс представив доказ Великої теореми Ферма науковій спільноті світу.

При цьому питання про доказ цієї теореми зацікавило Уайлса це з дитинства. Якось по дорозі додому зі школи, маленький Ендрю заскочив до бібліотеки, де вперше й дізнався про Велику теорему Ферма. На той момент йому було всього 10 років, але вже тоді він зробив декілька спроб доведення теореми, використовуючи методи зі шкільного підручника, які виявилися безуспішними. Згодом, вступивши до Оксфордського університету, Уайлс покинув спроби доказів і захопився вивченням еліптичних кривих.

У цей час (у 50-х і 60-х роках XX ст.) припущення про наявність зв'язку між еліптичними кривими і модулярним формами було висловлено японським математиком Сімура, який грунтувався на ідеях, висловлених іншим японським математиком Таніямою. А згодом, у 1980 році стало відомо, що Велика теорема Ферма є наслідком гіпотези Таніями-Сімура [4] (це припущення було доведено Кеном Рибетом за участю Серра). Саме у цей час Уайлс зрозумів – довівши останню теорему, він наблизиться впритул до своєї мети. Переїхавши у 1982 р. і Великобританії до США, Уайлс вирішив посилено працювати над доведенням. Він тримав у голові думку про те, що це таке важливе доведення гіпотези Таніями-Шимури призведе його до відповіді, хвилюючої світ науки більше ніж 300 років. При цьому Уайлс проводив аналогію між математичним дослідженням та блуканням темним будинком: «Ви входите в першу кімнату будинку там абсолютно темно. Навколо Ви натикаєтеся на меблі, але поступово дізнаєтеся, де знаходиться кожен з предметів меблі. Нарешті, через шість місяців або близько того, ви виявите вмикач світла, ви увімкнете його, і раптом все це освітиться і стане зовсім видимим. Ви можете бачити, де саме ви були. Потім ми перейдемо в іншу кімнату і проведемо ще шість місяців в темряві. Таким чином, кожне з цих досягнень, іноді вони миттєві, іноді протягом одного-двох днів, вони є кульмінацією, і не могли б існувати без багатомісячних спотикань у темряві, що передують їм» [3].

Не звертаючи увагу на скептичні погляди багатьох вчених, які не вірили в доведення теореми, Уайлс знав, що за допомогою сучасних методів це можливо. І ось нарешті у 1993 році було опубліковано перший варіант доведення, в якому пізніше було знайдено недопрацювання. На допомогу Уайлсу прийшов його колишній аспірант Річард Лоуренс Тейлор, у якого Уайлс був науковим керівником. Тоді, у 1994 році, було знайдено технічний метод, що дозволив завершити доведення частини гіпотези Таніями-Сімура, з якої випливає Велика теорема Ферма. Остаточний варіант було опубліковано на 130 сторінках у 1995 році у журналі «Annals of Mathematics».

Отже, на доведення Великої теореми Ферма людству знадобилося 358 років. Заголовки про доведення можна було побачити на перших смугах національних газет усього світу. Ендрю Уайлс став лауреатом багатьох міжнародних премій з математики.

Підсумовуючи усе вище сказане, можна сказати, що досягнення цього математика дійсно неможливо переоцінити. Він ішов до цього 30 років, буквально з десятирічного віку. Можливо цього відкриття і не сталося б, якби колись у дитинстві маленький хлопчик Ендрю Уайлс не побачив теорему, яка так зацікавила його, що стала для нього загадкою усього життя. Геніальність Уайлса, яка проявилася у вирішенні однієї, але великої теореми, змогла зв'язати багато, здавалося б, незв'язних ідей, допомогла розробити нові сміливі поняття. Отже, розв'язання однієї проблеми допомогло повернути математику до первісної єдності. Математики знову заговорили однією мовою.

Література

1. http://ru.wikipedia.org/wiki/Великая_теорема_Ферма – Великая теорема Ферма // Википедия.
2. Великая теорема Ферма / С.Сінгх. – М.: МЦНМО, 2000. – 288 с.
3. http://simonsingh.net/books/fermats-last-theorem/who-is-andrew-wiles/ – Who is Andrew Wiles?
4. http://ru.wikipedia.org/wiki/ Теорема_Таниямы_-_Симуры – / Теорема Таниямы-Симуры // Википедия.

**Синєпольський Ігор**
студент 4 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к.т.н., доц. Бувайло Д.П.

## ПРИКЛАД РЕАЛІЗАЦІЇ АРИФМЕТИЧНИХ ОПЕРАЦІЙ ВЕЛИКОЇ ТОЧНОСТІ ДЛЯ МАСИВНО-ПАРАЛЕЛЬНИХ СИСТЕМ

Багато сучасних математичних алгоритмів вимагають застосування арифметичних операцій над великими числами [1]. Розрядність таких чисел набагато перевищує довжину одного машинного слова ЕОМ, а в особливих випадках перевищує доступний об'єм оперативної пам'яті [2]. Крім того, інколи такі операції необхідно виконувати багатократно, наприклад, при піднесенні до степеня, або при організації масових обчислень.

У мовах програмування зазвичай немає вбудованих засобів для виконання розрахунків довільної точності. Для цього необхідно використовувати сторонні бібліотеки або вирішувати проблеми власноруч. На сьогоднішній день розроблено багато різних готових бібліотек для виконання подібних розрахунків таких, як IMSL, LiDIA [3], MIRACL [4], GMP [5], NTL [6], CLN, Imath та ін.

Серед безкоштовних бібліотек для наукового та навчального використання найбільш привабливою виглядає GMP (GNU Multi-Precision Library). Це вільна бібліотека довгої арифметики на мові програмування C, яка підтримує роботу зі знаковими цілими, раціональними числами, числами з плаваючою точкою. GMP на сьогоднішній день є однією з найшвидших бібліотек довгої арифметики. Перевагами GMP є практично не обмежена точність обчислення, окрім розміру оперативної пам'яті, багатий набір функцій і зручний інтерфейс, підтримка більшості сучасних операційних систем, використання найбільш ефективних алгоритмів і оптимізованого під різні сучасні процесорні системи асемблерного коду у всіх внутрішніх циклах.

Навіть незначне зменшення обчислюваної складності арифметичних операцій дає істотне зменшення часу обчислень. Іншим шляхом пришвидшення операцій є розробка алгоритмів для паралельних систем та суперкомп'ютерів. Бібліотека GMP не має вбудованих функцій для обчислень в багатопроцесорних та масивно-паралельних системах. Однак, маючи GMP за основу, можливо реалізувати паралельний алгоритм для обраного типу паралельних систем, використовуючи разом з GMP відповідний програмний інструментарій: OpenMP [8] для багатопроцесорних, MPI [8] для масивно-паралельних систем.

Щоб перебороти обмеження на об'єм оперативної пам'яті та використати загальне обладнання із персональних комп'ютерів, підходить тільки масивно-паралельні системи у вигляді кластера та специфікація бібліотеки передачі повідомлень MPI (Message passing interface) – програмний інтерфейс для передачі інформації, який забезпечує зв'язок між процесами паралельного додатку шляхом обміну міжпроцесними повідомленнями.

MPI – єдина бібліотека передачі повідомлень, яку можна розцінювати як стандарт для паралельних обчислювальних систем з розподіленою пам'яттю, включаючи масивно паралельні системи, SMP кластери, групи робочих станцій та гетерогенні мережі з персональних комп'ютерів. Вона підтримується фактично на всіх потужних комп'ютерах і локальних мережах. Перевагами MPI є мобільність, адаптованість до особливостей апаратної платформи, широкі функціональні можливості, доступність різноманітних комерційних та відкритих реалізацій.

Існує декілька реалізацій паралельних алгоритмів для розпаралелення арифметичних операцій для масивно-паралельних систем. Наприклад, алгоритми, запропоновані в роботі Макохи і Зуя [7] або паралельні алгоритми арифметичних операцій, запропоновані для обчислення константи $\pi$ [9]. Недоліками цих алгоритмів є недостатня увага на використання для локальних обчислень існуючих звичайних послідовних бібліотек, таких як GMP, недостатня увага щодо оцінок масштабування міжпроцесного обміну, а також їхні оцінки щодо масштабування обчислювань, які спираються на аналіз найгірших випадків.

Тому в даній роботі запропонований дещо інший підхід. Обов'язковою вимогою було масштабування обчислень за ліміти оперативної пам'яті одного обчислювального вузла паралельної системи. Додатковою вимогою була мінімізація міжвузлових переміщень даних. Щодо масштабування обчислювань, нас не стільки інтересував аналіз нечастих найгірших випадків, як добра поведінка у середньому. Покажемо як були втілені ці принципи.

По-перше, це схема подвійного зберігання, коли глобально розподілене число зберігається у десятковому форматі, і тільки його локальна порція для GMP зберігається у двійковому. Всі передачі даних здійснюються також у десятковому форматі. Це позбавляє нас від необхідності глобального перетворення формату при вводі-виводі, який є неприйнятним щодо об'ємів пам'яті, хоча й додає постійні локальні перетворення.

По-друге, це ітераційна «оптимістична» схема додавання, яка передбачає що ймовірність наявності переносу від сусіднього вузла при паралельному

додаванні всіх частин числа – на першій ітерації дорівнює 0.5, а для усього колективу – $1-\frac{1}{2^P}$ за законом Бернуллі (P – кількість вузлів паралельного колективу), на другій стає $\frac{P}{N}$ для одного вузла і $\left(\frac{P}{N}\right)^P$ для усього колективу, та на кожній наступній ітерації стає все менше й менше. Розуміється, існує можливість повного просування переносу через все число, але ймовірність цього дуже мала. В середньому можливо очікувати масштабування за часом та обсягом обчислень O(N/P), та деградації до O(N) у найгірших випадках, де N – кількість розрядів чисел.

За допомогою засобів MPI та GMP досить просто реалізувати паралельні арифметичні операції над довгими цілими числами. Кожне таке число зберігається в окремому файлі в десятковому форматі. Файл розподіляється порівну між вузлами паралельного колективу, з можливою нестачею на останньому вузлі. Також передбачена повністю паралельна схема зберігання с самого початку по частинам в окремих файлах на кожному вузлі.

Коли десяткове представлення числа вже розподілено поміж вузлами, локальний десятковий масив додатково за допомогою процедури GMP конвертується у спеціальну структуру даних цієї бібліотеки (mpz_t), яка представляє собою одне довге число разом із службовою інформацією про нього. Таким чином процеси готові для колективних арифметичних операцій. В якості прикладу розглянемо операцію додавання.

При виконання вказаних вище дій над двома вхідними файлами в локальній пам’яті кожного процесу знаходяться два блока представлених структурою GMP. Наступним кроком буде додавання цих чисел за допомогою процедури бібліотеки (mpz_add). При переповненні суми розмір результуючого блоку буде максимум на одиницю більше стандартного розміру блоку. У такій ситуації, керуючись стандартним алгоритмом додавання в стовпчик, необхідно до суми відповідних старших блоків додати одиницю, а поточне додавання робити по модулю бази. Цю потребу можна виконати, якщо скинути старшу значущу цифру переповненої суми (розмір блоку автоматично зменшиться на одиницю) і встановити одиницею спеціальну змінну – прапорець переносу, який в початковому стані дорівнює нулю.

Оскільки процеси виконуються незалежно один від одного, то треба сповістити, якому процесу потрібно до суми додавати одиницю. Для цього в локальній пам’яті кожного процесу створюємо масив з кількістю елементів, що дорівнює кількості процесів, і за допомогою колективної процедури бібліотеки MPI збираємо в цей масив значення вище вказаного прапорця кожного процесу, за виключенням останнього. Тоді кожний процес дізнається про необхідність додавання до суми одиниці. Однак внаслідок додавання одиниці знову може відбутись переповнення, тому вище вказану послідовність дій необхідно виконувати, доки останнє «зібрання» прапорців не покаже, що всі прапорці дорівнюють нулю. Слід зауважити, що ймовірність кожної наступної ітерації такого циклу значно зменшується. У найгіршому випадку цикл виконається P-1 раз, де P – кількість процесів.

Після цього зостається зробити «злиття» блоків кожного процесу, починаючи із старшого (кореневого), у результуючий файл, або продовжити інші обчислення. Це можна зробити користуючись вбудованими процедурами виведення GMP або конвертувати число із спеціальної структури даних у звичайний масив скалярних цілочисельних типів і вже потім вивести за допомогою стандартних процедур виведення.

Нижче у таблиці надано результати застосування розробленого алгоритму до тестових прикладів.

| Кількість десяткових розрядів числа N | Кількість вузлів колективу P | Кількість комп'ютерів | Максимальний обсяг пам'яті для одного вузла |
|---|---|---|---|
| 10млн | 2 | 1 | 34МБ |
| 100млн | 4 | 1 | 175МБ |
| 1млрд | 8 | 2 | 1150МБ |

Оскільки для обчислень використовувався звичайно один, максимум два комп'ютера, дані щодо часу обчислень не наводяться, але масштабування за часом співпадає з очікуваним, також як масштабування за пам'яттю.

Таким чином, можна зробити висновок, що паралельні арифметичні операції над великими числами, що набагато перевищують ліміти оперативної пам'яті, можливо реалізувати, зокрема засобами бібліотек GMP та MPI, з прийнятними у середньому оцінками щодо масштабування часу, що показано на прикладі паралельного додавання великих чисел.

Література

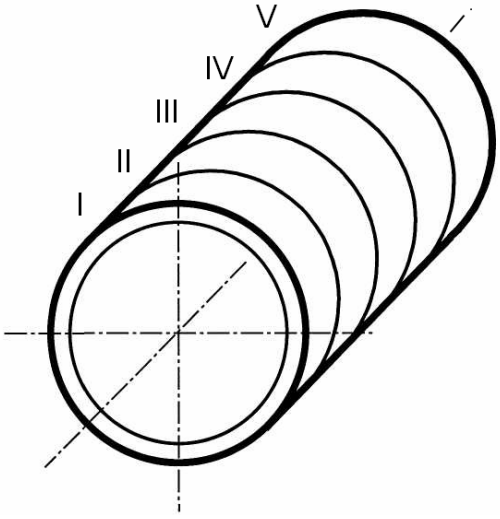
1. Knuth D. Art of Computer Programming: V. 2 Seminumerical algorithms. – Massachusetts: Addison-Wesley, 1997. – P. 762.
2. Численное моделирование в маломодовой модели геодинамо с использованием пакетов вычислений произвольной точности / Чемарев А. С., Водинчар Г. М., Тристанов А, Б. // Вестник КРАУНЦ. Физ.-мат. науки. — Москва, 2011 — № 2(3). С. 80 – 88.
3. Arbitrary-precision arithmetic [Електронний ресурс]. – Електрон. дан. – Режим доступу: http://en. wikipedia.org/wiki/Arbitrary-precision_arithmetic, вільний. – Назва з титул. екрану.
4. Multiprecision Integer and Rational Arithmetic C/C++ Library [Електронний ресурс]. – Електрон. дан. – Режим доступу: http://www.shamus.ie/, вільний. – Назва з титул. екрану.
5. GMP «Arithmetic without limitation» The GNU Multiple Precision Arithmetic Library [Електронний ресурс]. – Електрон. дан. – Режим доступу: http://gmplib.org/, вільний. – Назва з титул. екрану.
6. Plaszczak Pawel Grid Computing "The Savvy Manager's Guide" — Morgan Kaufmann Publishers. — ISBN ISBN 0-12-742503-9
7. Арифметика сверхбольших натуральных чисел в параллельных вычислительных системах / Макоха А. Н., Зуй Б. Ю. // Вестник СГУ. – Ставрополь: Изд-во СГУ, вып. 20, 1999.

8. Програмування у багатопроцесорних системах у стандарті MPI / Шпаковській Г. І., Сєрікова Н. В. – Мінськ: БГУ, 2002. – 323 с.
9. y-cruncher – A Multi-Threaded Pi-Program [Електронний ресурс]. – Електрон. дан. – Режим доступу: http://www.numberworld.org/y-cruncher/, вільний. – Назва з титул. екрану.

**Сысоев Никита**
магистр математического фак-та
Научн. руков.: к.ф.-м.н., доц. Ермолаев В.А.

## ЦИЛИНДРИЧЕСКАЯ ОБОЛОЧКА С ЖЕСТКОЗАКРЕПЛЕННЫМИ ТОРЦАМИ

Цилиндрическая оболочка кругового сечения, торцы которой жестко закреплены (рис.1, рис.2), представляет интерес в ряде аспектов. Прежде всего, в расчетах прочности её удобно использовать для сравнения с более сложными случаями. Получая поправочные коэффициенты для учета дополнительных подробностей. Аналогичную роль может играть также краевой эффект у защемленных торцов. Относительная простота расчета зависимостей основных характеристик напряженно-деформированного состояния такой модели от параметров оболочки - толщины, длины, диаметра, материала - при различных способах нагружения позволяет строить компактные и эффективные алгоритмы.



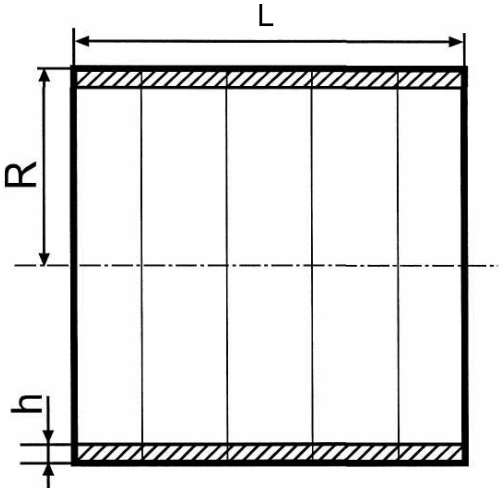




Рис.1 Цилиндрическая оболочка Рис.2 Сечение цилиндрической оболочки

Для определения напряженно-деформированного состояния цилиндрической оболочки удобно воспользоваться дифференциальными уравнениями В.З. Власова [1]

$$\frac{\partial^2 U}{\partial x^2}+\frac{1-\sigma}{2R^2}\frac{\partial^2 U}{\partial \nu^2}+\frac{1+\sigma}{2R}\frac{\partial^2 V}{\partial x\partial \nu}+\frac{\sigma}{R}\frac{\partial W}{\partial x}=-\frac{1-\sigma^2}{Eh}X$$

$$\frac{1-\sigma}{2}\frac{\partial^2 V}{\partial x^2}+\frac{1+\sigma}{2}\frac{1}{R}\frac{\partial^2 U}{\partial x\partial \nu}+\frac{1}{R^2}\frac{\partial^2 V}{\partial \nu}+\frac{1}{R}\frac{\partial W}{\partial \nu}=-\frac{1-\sigma^2}{Eh}\theta \qquad (1)$$

$$\frac{\sigma}{R}\frac{\partial V}{\partial x}+\frac{1}{R^2}\frac{\partial V}{\partial \nu}+\frac{W}{R^2}++\frac{h^2}{12}\Delta\Delta W=-\frac{1-\sigma^2}{Eh}Z$$

Здесь $x$ и $\nu$ - продольная и угловая координаты точек срединной поверхности; $U = U(x,\nu)$, $V = V(x,\nu)$, $W = W(x,\nu)$ и $X = X(x,\nu)$, $\theta = \theta(x,\nu)$, $Z = Z(x,\nu)$ - продольная, угловая и нормальная составляющая векторов перемещений и внешней поверхностной нагрузки соответственно; $R$ и $h$ - радиус и толщина оболочки; $E$ и $\sigma$ - модуль Юнга и коэффициент Пуассона. Символ $\Delta$ обозначает двумерный дифференциальный оператор Лапласа в полярных координатах

$$\Delta=\frac{\partial^2}{\partial x^2}+\frac{1}{R}\frac{\partial}{\partial x}+\frac{1}{R^2}\frac{\partial^2}{\partial \nu^2}. \qquad (2)$$

*Выражение внутренних усилий и моментов имеют вид*

$$N=\frac{Eh}{1-\sigma^2}\left(\frac{\partial U}{\partial x}+\frac{\sigma}{R}\frac{\partial V}{\partial \nu}+\frac{\sigma}{R}W\right);\qquad M=\frac{Eh^3}{12(1-\sigma^2)}\left(\frac{\partial^2 W}{\partial x^2}+\frac{\theta}{R^2}\frac{\partial^2 W}{\partial \nu^2}\right);$$

$$S=\frac{Eh}{2(1+\sigma)}\left(\frac{1}{R}\frac{\partial U}{\partial \nu}+\frac{\partial V}{\partial x}\right);\qquad Q^*=\frac{-Eh^3}{12(1-\sigma^2)}\left(\frac{\partial^3 W}{\partial x^3}+\frac{2\sigma}{R^2}\frac{\partial^3 W}{\partial x\partial \nu^2}\right). \qquad (3)$$

Граничные условия жесткого закрепления торцов ($x = const$) имеет вид

$$U=0,\quad V=0,\quad W=0,\quad \frac{\partial W}{\partial x}=0. \qquad (4)$$

Для решения задачи (1), (4) целесообразно выполнить разделение переменных с помощью тригонометрических разложений вида:

$$U=\sum_m U_m\cos m\nu;\qquad X=\sum_m X_m\cos m\nu;$$

$$V=\sum_m V_m\sin m\nu;\qquad \theta=\sum_m \theta_m\sin m\nu; \qquad (5)$$

$$W=\sum_m W_m\cos m\nu;\qquad Z=\sum_m Z_m\cos m\nu.$$

Коэффициенты $U_m = U_m(x)$, $V_m = V_m(x)$, $W_m = W_m(x)$ определяются систем семейством (по m) обыкновенных дифференциальных уравнений

$$\ddot{U}_m-\frac{1-\sigma}{2}\frac{m^2}{R^2}U_m+\frac{1+\sigma}{2}\frac{m}{R}\dot{V}_m+\frac{\sigma}{R}\dot{W}_m=-\frac{1-\sigma^2}{Eh}X_m$$

$$\frac{1-\sigma}{2}\ddot{V}_m-\frac{1+\sigma}{2}\frac{m}{R}\dot{U}_m-\frac{m^2}{R^2}V_m-\frac{m}{R}W_m=-\frac{1-\sigma^2}{Eh}\theta_m \qquad (6)$$

$$\frac{\sigma}{R}\dot{V}_m+\frac{m}{R^2}V_m+\frac{1}{R^2}W_m+\frac{h^2}{12}\left[\left(\frac{d^2}{dx^2}-\frac{m^2}{R^2}\right)^2+\left(\frac{2}{R}\frac{d^3}{dx^3}+\frac{1}{R^2}\frac{d^2}{dx^2}-\frac{2m^2}{R^2}\frac{d}{dx}\right)\right]W_m=\frac{1-\sigma^2}{Eh}Z_m$$

( m=0,1,….7 ).

Коэффициенты $N_m=N_m(x),\quad S_m=S_m(x),\quad M_m=M_m(x),\quad Q_m=Q_m(x)$ соответствующих разложений внутренних усилий $N=N(x,\nu),\quad S=S(x,\nu),$ $Q=Q(x,\nu)$ и моментов $M=M(x,\nu)$

$$\begin{aligned} N&=\sum_m N_m\cos m\nu; \qquad S=\sum_m S_m\sin m\nu;\\ M&=\sum_m M_m\cos m\nu; \qquad Q^*=\sum_m Q_m^*\cos m\nu. \end{aligned} \tag{7}$$

определяются выражениями

$$\begin{aligned} N_m&=\frac{Eh}{1-\sigma^2}\left(\dot{U}_m+\frac{\sigma}{R}mV_m+\frac{\sigma}{R}W_m\right); \quad M_m=\frac{Eh^3}{12(1-\sigma^2)}\left(\dot{W}_m-\frac{\sigma m^2}{R^2}W_m\right);\\ S_m&=\frac{Eh}{2(1+\sigma)}\left(\dot{V}_m-\frac{m}{R}U_m\right); \qquad\qquad Q_m^*=\frac{-Eh^3}{12(1-\sigma^2)}\left(\ddot{W}_m-\frac{2-\sigma}{R^2}m^2\dot{W}_m\right). \end{aligned} \tag{8}$$

Условия жесткого закрепления (4) для коэффициентов $U_m$, $V_m$, $W_m$ приобретают вид

$$U_m=0,\ V_m=0, \qquad W_m=0, \qquad \dot{W}_m=0. \tag{9}$$

Граничная задача (6), (9) без существенных затруднений решается методом редукции [4] к задачам Коши. Однако сравнительно быстрое накопление погрешности при шаговой дискретизации [3] дифференциальных уравнений затрудняет достижения требуемой точности для относительно длинных оболочек. Эти пределы могут существенно расшириться, если применить условное расчленение рассматриваемой оболочки на несколько секций в продольном направлении. Тогда вдоль параллелей *x=const* должны удовлетворять условиям гладкого соединения (сопряжения) имеющее вид

$$\begin{aligned} &U_m^i=U_m^{i+1}, \quad V_m^i=V_m^{i+1}, \quad W_m^i=W_m^{i+1}, \quad \dot{W}_m^i=\dot{W}_m^{i+1},\\ &N_m^i=N_m^{i+1}, \quad S_m^i=S_m^{i+1}, \quad M_m^i=M_m^{i+1}, \quad Q_m^i=Q_m^{i+1}. \end{aligned} \tag{10}$$

Такой прием позволяет эффективно решать задачи для значительно более длинных оболочек. При этом оболочки (условно) считаются сравнимыми. При удовлетворении граничным условиям (9) и условиям сопряженности секций (10) возникает разрешающая система линейных алгебраических уравнений, матрица которой имеет вид

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| $K_1$ | $H_2$ | 0 | 0 | 0 |
| 0 | $K_2$ | $H_3$ | 0 | 0 |
| 0 | 0 | $K_3$ | $H_4$ | 0 |
| 0 | 0 | 0 | $K_4$ | $H_5$ |
| 0 | 0 | 0 | 0 | $K_5$ |
| $H_1$ | | | | 0 |

(11)

где

$$K_j = \begin{pmatrix} U_i \\ S_i \\ V_i \\ N_i \\ W_i \\ \dot{W}_i \\ M_i \\ Q_i \end{pmatrix}; \quad H_{j+1} = \begin{pmatrix} U_i \\ S_i \\ V_i \\ N_i \\ W_i \\ \dot{W}_i \\ M_i \\ Q_i \end{pmatrix}, \ (j=1,2,3,4), \quad (i=1,2,...,8) . \tag{12}$$

попарно обеспечивают выполнение условий гладкого соединения (10), при этом *j* соответствует нумерации секций условно расчлененной оболочки (рис .1), *i* – количеству систем фундаментальных решений.

$$H_i = \begin{pmatrix} U_i \\ V_i \\ W_i \\ \dot{W}_i \end{pmatrix}, \qquad K_s = \begin{pmatrix} U_i \\ V_i \\ W_i \\ \dot{W}_i \end{pmatrix} . \tag{13}$$

обеспечивают выполнения на торцах условий жесткого закрепления (4). $H_j$ соответствует начальным значениям задач Коши, которыми служат столбцы единичной матрицы. $K_J$ - конечные значения решений. Элементы решения полученной системы линейных алгебраических уравнений с матрицей (11) используются затем в качестве начальных значений для расчета искомых величин каждой секции условно расчлененной конструкции.

Используя комплекс программ RSOK, разработанный Сысоевым Н.Ю., получаем, результаты расчетов основных характеристик напряженно деформируемого состояния, которые графически изображены на рис.3 для оболочки длинной 1,2 м., радиусом 1м. и толщиной 0,01м.

Все основные характеристики напряженно-деформируемого состояния распределяются симметрично. Графики приведенных характеристик непрерывны и носят монотонный характер.

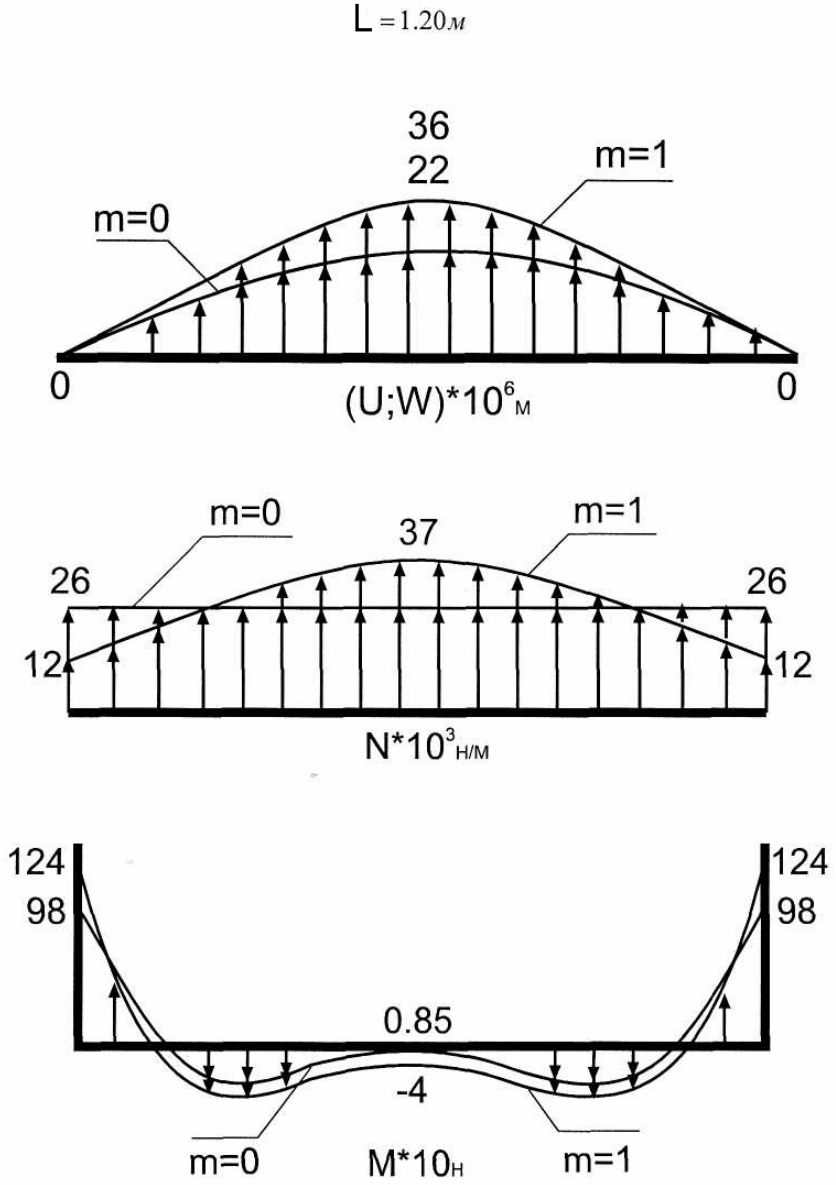



Рис. 3 Эпюры основных характеристик напряженно-деформированного состояния цилиндрической оболочки

Литература

1. Власов В.З. Избранные труды. – Т. 1. – М.: Изд. АН СССР, 1962. – 528 с.
2. Гавеля С.П., Сысоев Ю.А. Об исследовании напряженно-деформированного состояния составных оболочечных конструкций // Прикладная механика. – 1979. – №7. – С. 11-15.
3. Григоренко Я.М., Мукоед А.П. Решение задач теории оболочек на ЭВМ: учебное пособие для вузов. – К.: Высшая школа, 1979. – 280с.
4. Демидович Б.П. и др. Численные методы анализа / Демидович Б.П., Морон И.А., Шувалова Э.З. – М.: Наука, 1967. – 368 с.
5. Форсайт Д.Ж. Машинные методы математических вычислений. / Д.Ж.Форсайт, М.Малькольм, К.Моулер // Пер.с англ. – М.: Мир, 1980. – 280 с.

**Спиця Іван**
учень 10 класу ліцею №105, м. Запоріжжя
Наук. кер.: ст. викл. Манько Н.І.-В.

# МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЗАДАЧІ ПРО ВМІСТ ВУГЛЕКИСЛОГО ГАЗУ У ПРИМІЩЕННІ

Велику частину свого часу діти проводять в приміщеннях – дитячих садках, школах, квартирах. Учбові приміщення повинні відповідати різним вимогам охорони здоров'я [1], пожежної безпеки, технічної безпеки, адже здоров'я дітей – це те, про що в першу чергу повинна піклуватися держава. Під час навчання склад повітря в приміщенні змінюється (збільшується вміст вуглекислого газу), що суттєво впливає на самопочуття і працездатність учнів.

Ідеальним для дихання здорової людини вважається склад атмосферного повітря на рівні моря. Такий склад повітря забезпечує максимальне насичення крові киснем при нормальному атмосферному тиску. При збільшенні концентрації вуглекислого газу в повітрі прискорюється дихання внаслідок роздратування дихального центру центральної нервової системи (до 3%), при 6% з'являється слабкість, при 10% можливий непритомний стан, при 20-25% смертельне отруєння. Враховуючи це, можна сказати, що задача контролю за складом повітря (контроль вмісту вуглекислого газу) є важливою і актуальною.

**Постановка задачі.** Побудувати математичну модель для визначення вмісту вуглекислого газу в приміщенні (класному кабінеті) залежно від зовнішніх чинників (об'єм приміщення, кількість людей в приміщенні, вік людей, наявність вентиляції та ін.) у будь-який момент часу.

**Побудова математичної моделі.** Контрольними параметрами вибираються: а) нормальний склад атмосферного повітря на рівні моря – (азот) 78,08%, (кисень) 20,95%, (аргон) 0,93%, (вуглекислий газ) 0,03%, (гелій, неон, криптон, ксенон, озон, радон, водень, перекис водню, аміак, йод) 0,01%; б) при диханні людина засвоює 20% кисню, що міститься в повітрі; в) повітря, що видихається, містить близько 16% кисню і близько 4% вуглекислого газу.

Приймемо наступні гіпотези та спрощення: 1) перемішування повітря відбувається миттєво; 2) концентрація вуглекислого газу в усіх частинах приміщення однакова; 3) всі учні дихають одночасно, з однаковою частотою; 4) вік учнів вважається рівним середньому арифметичному віків учнів; 5) об'єм легенів усіх учнів однаковий; 6) об'єм тіла учня дорівнює об'єму води такої ж маси, що і маса учня; 7) суміш, що видихається, для всіх учнів однакова.

Зрозуміло, що прийняті гіпотези і спрощення відрізняються від реальної картини, проте для побудови простої моделі вважаємо їх прийнятними.

Важливими параметрами для побудови математичної моделі задачі є характеристики приміщення – загальний об'єм ($V_1$, $м^3$); сумарний об'єм меблів ($V_2$, $м^3$); характеристики групи людей, що знаходяться в приміщенні – кількість учнів в класі ($N$, одиниць); середній вік ($a$, повних років); середня маса одного учня ($b$, кг); середній об'єм учня ($0{,}001b$, $м^3$); частота дихання ($c$, кільк. дих./хв); середній об'єм легенів ($v_1$, $м^3$); середній об'єм вдиху-видиху

учня ($v_2$, $м^3$); відсотковий вміст кисню і вуглекислого газу в повітрі ($x_1$, $y_1$); відсотковий вміст кисню для нормального функціонування організму в повітрі; склад суміші повітря, що видихається людиною ($x_2$, $y_2$).

Для побудови конкретної моделі зазначеним величинам надаються конкретні значення. У нашому дослідженні (для кабінету № 26 ліцею 105) було прийнято наступні дані: $V_1 = 126$; $V_2 = 2$; $a = 14$; $b = 45$; $c = 15 \div 19$; $N = 20{,}35$, $v_1 = 0{,}0035$, $v_2 = 0{,}00035$, $x_1 = 21\%$, $y_1 = 0{,}03\%$, граничний відсотковий вміст вуглекислого газу в повітрі – 3,6; $x_2 = 16\%$, $y_2 = 4\%$.

Нехай в деякий момент часу $t$ відомий відсотковий вміст кисню $x_1(t)$ і вуглекислого газу $y_1(t)$ у повітрі приміщення. Тоді об'єм вдихуваної усіма учнями повітряної суміші дорівнює $0{,}00035 \cdot N$ за один вдих. У цьому об'ємі міститься $0{,}01x_1V_b$ кисню і $0{,}01y_1V_b$ вуглекислого газу, при цьому об'єм кисню в приміщенні дорівнюватиме $x_1V_b - 0{,}035N \cdot x_1 = x_1 \cdot (V_b - 0{,}035N)$, а вуглекислого газу $y_1V_b - 0{,}00035N \cdot y_1 = y_1 \cdot (V_b - 0{,}00035N)$. Тепер усіма зроблений видих. Об'єм повітряної суміші, що видихається усіма учнями, дорівнює $0{,}00035 \cdot N$, оскільки дорівнює об'єму вдихуваної суміші.

У нормальних умовах повітря, що вдихується, містить 21% кисню – $0{,}0000735$ $м^3$ і 0,03% вуглекислого газу – $0{,}000000105$ $м^3$, а що видихається – 16% кисню і 4% вуглекислого газу, тобто на потреби організму витрачається $0{,}0000175$ $м^3$ кисню і при цьому вуглекислого газу виділяється $0{,}000013895$ $м^3$.

Припустимо, що при кожному вдиху організм споживає однакову кількість кисню і, відповідно, виділяє однакову кількість вуглекислого газу. Зрозуміло, що при цьому повинен змінюватися об'єм вдиху. В цьому випадку можна не відстежувати об'єм вдихуваного повітря, оскільки важливою є зміна кисню і вуглекислого газу в приміщенні. Таким чином, вміст кисню і вуглекислого газу визначається формулами $0{,}21 \cdot V_b - (0{,}0000175 \cdot N) \cdot t$ і $0{,}0003V_b + (0{,}000013895\,\mathrm{N}) \cdot t$ відповідно, де $t$ – кількість проведених вдихів. Наведена формула і є найпростішою математичною моделлю задачі.

Кількість вдихів до досягнення критичної концентрації вуглекислого газу 3% визначимо, розв'язавши рівняння $0{,}0003V_b + (0{,}000013895 \cdot N) \cdot t = 0{,}03V_b$.

При вказаних вище початкових даних знаходження в класі без серйозної шкоди для здоров'я можливо для класу з 30 учнів до 7 годин 40 хвилин, а для класу з 35 учнів розрахунковий час скорочується до 6 годин 20 хвилин.

Зрозуміло, що впродовж уроків із зміною складу повітря, тобто із збільшенням кількості вуглекислого газу, частота дихання збільшується. Аналізуючи дані по зміні частоти дихання залежно від концентрації вуглекислого газу в повітрі, можна сказати, що при зміні концентрації вуглекислого газу з 0,03% до 3% частота дихання збільшується на 4 одиниці.

Нехай $n_0$, $n_1$, $n_2$, $n_3$ прогнозовані значення частот дихання, наприклад, для віку 10 років $n_0 = 16$, $n_1 = 17$, $n_2 = 18$, $n_3 = 19$ і визначені часові значення

$t_0,\ t_1, t_2,\ t_3$, які можемо вважати усередненим "переходом" на нову кількість. Використовуючи описану вище схему, легко знайти значення об'ємів $V_0 = V(t_0),\ V_1 = V(t_1),\ V_2 = V(t_2),\ V_3 = V(t_3)$ вуглекислого газу, що відповідають значенням $t_0,\ t_1, t_2,\ t_3$. При $t_0 = 0$: $V_0 = V(0) = 0{,}003 \cdot V^*$, а для $n_1,\ n_2,\ n_3$ величини $t_1, t_2,\ t_3$ і $V_1 = V(t_1),\ V_2 = V(t_2),\ V_3 = V(t_3)$ знаходяться послідовно.

Таким чином, отримано дискретну модель.

Використовуючи процедуру інтерполяції, можемо побудувати чотиривузлову формулу многочлена Лагранжа, яка і представляє найпростішу неперервну математичну модель [2], що описує вміст вуглекислого газу в приміщенні із заданою кількістю учнів. Варіація параметрів дозволяє проводити необхідні дослідження і прогнозувати поведінку реального об'єкту.

Сформулюємо тепер задачу, яка є узагальненням для розглянутої вище у рамках прийнятих гіпотез і спрощень.

**Постановка задачі.** Нехай у приміщенні, для якого відомі об'єм повітря, його склад і фізичні характеристики (температура, атмосферний тиск) знаходиться об'єкт (біологічний організм, механізм, біомаса), що використовує для свого функціонування наявне в приміщенні повітря (відомий склад і об'єм споживаного повітря за один такт функціонування, а також склад і об'єм газової суміші, що виділяється при цьому). Необхідно визначити вміст в приміщенні вуглекислого газу у будь-який момент часу.

**Побудова математичної моделі.** Введемо наступні позначення: $N$ – кількість учнів в класі (од.); $V_1(N)$ – загальний об'єм повітря в приміщенні в початковий момент часу ($м^3$); $V_2(N)$ – об'єм споживаної об'єктом за один такт функціонування повітряної суміші ($м^3$); $c$ – кількість тактів функціонування за 1 хвилину (кількість вдихів); $x(t)$ – об'єм кисню ($x(0) = 0{,}21V_1$), $y(t)$ – об'єм вуглекислого газу в приміщенні у момент часу $t$ ($y(0) = 0{,}0003V_1$).

Розглянемо динаміку зміни складу повітря в довільний проміжок часу $[t, t + \Delta t]$. Після одного такту функціонування "вдих-видих" у момент часу $t + \Delta\tilde{t}$, де $\Delta\tilde{t}$ – часовий інтервал між двома послідовними тактами, об'єм кисню становить $x(t)\left(1 - \frac{V_2}{V_1}\right) + 0{,}762 \cdot \frac{V_2}{V_1} x(t) = x(t)\left(1 - 0{,}238\frac{V_2}{V_1}\right)$, а вуглекислого газу $y(t)\left(1 - \frac{V_2}{V_1}\right) + 0{,}238 \cdot x(t)\frac{V_2}{V_1}$. Таким чином, у момент часу $t + \Delta\tilde{t}$ вміст кисню і вуглекислого газу визначаються наближеними формулами:

$$x(t + \Delta\tilde{t}) \approx x(t) - x(t)0{,}238\frac{V_2}{V_1},\quad y(t + \Delta\tilde{t}) \approx y(t) + \frac{V_2}{V_1} \cdot (0{,}238 \cdot x(t) - y(t)).$$

Вважатимемо, що протягом невеликого проміжку часу $\Delta t$ зберігається описаний вище закон, тоді отримаємо $x(t + \Delta t) = x(t) - x(t)0{,}238\frac{V_2}{V_1} \cdot \Delta t + o_1(\Delta t)$,

$y(t+\Delta t)=y(t)+\frac{V_2}{V_1}\cdot(0{,}238\cdot x(t)-y(t))\cdot\Delta t+o_2(\Delta t)$. Тут $o_1(\Delta t)$, $o_2(\Delta t)$ є корегуючими функціями, такими, що $\lim\limits_{\Delta t\to 0}\frac{o_1(\Delta t)}{\Delta t}=0$, $\lim\limits_{\Delta t\to 0}\frac{o_2(\Delta t)}{\Delta t}=0$.

Кількості вуглекислого газу і кисню пов'язані між собою і тому математична модель, що описує розглянутий процес, є системою рівнянь, яку перепишемо в іншому виді, розділивши кожне з рівнянь на $\Delta t$.

$$\begin{cases}\frac{x(t+\Delta t)-x(t)}{\Delta t}\approx -x(t)0{,}238\frac{V_2}{V_1}+\frac{o_1(\Delta t)}{\Delta t},\\ \frac{y(t+\Delta t)-y(t)}{\Delta t}\approx\frac{V_2}{V_1}\cdot(0{,}238\cdot x(t)-y(t))+\frac{o_2(\Delta t)}{\Delta t}.\end{cases}$$

Таким чином, отримано наближену математичну модель задачі. У рамках похибки моделі можемо знехтувати останніми доданками, оскільки вони є малими вищого порядку в порівнянні з іншими доданками при $\Delta t\to 0$:

$$\begin{cases}\frac{x(t+\Delta t)-x(t)}{\Delta t}=-x(t)0{,}238\frac{V_2}{V_1},\\ \frac{y(t+\Delta t)-y(t)}{\Delta t}=\frac{V_2}{V_1}\cdot(0{,}238\cdot x(t)-y(t)).\end{cases}$$

Здійснивши граничний перехід при $\Delta t\to 0$ і відповідно перехід до неперервної моделі, та враховуючи означення похідної, отримаємо систему двох диференціальних рівнянь, яка і є математичною моделлю поставленої задачі:

$$\begin{cases}\lim\limits_{\Delta t\to 0}\frac{x(t+\Delta t)-x(t)}{\Delta t}\approx-\lim\limits_{\Delta t\to 0}x(t)0{,}238\frac{V_2}{V_1},\\ \lim\limits_{\Delta t\to 0}\frac{y(t+\Delta t)-y(t)}{\Delta t}\approx\lim\limits_{\Delta t\to 0}\frac{V_2}{V_1}\cdot(0{,}238\cdot x(t)-y(t)),\end{cases}\Rightarrow\begin{cases}x'=-x(t)0{,}238\frac{V_2}{V_1},\\ y'=\frac{V_2}{V_1}\cdot(0{,}238\cdot x(t)-y(t)).\end{cases}$$

Враховуючи початкові умови $x(0)=0{,}21V_1$, $y(0)=0{,}0003V_1$, отримаємо аналітичний розв'язок $x(t)=-8{,}01\cdot e^{-0{,}00002t}$, $y(t)=8{,}04e^{-0{,}00002t}-8{,}01e^{-0{,}0000856t}$, що дозволяє легко дослідити даний процес. Наприклад, десятиразове збільшення відсоткового вмісту вуглекислого газу в приміщенні досягається приблизно через 600 тактів, тобто через 0,5 години. Тому природною є рекомендація провітрювання приміщення через кожних півгодини – сорок хвилин.

Отримані результати можуть бути використані для наближеного аналізу відповідності кабінетів вимогам, що пред'являються до них, а також служити основою для побудови точніших моделей.

Література

1. Санитарно-гигиенические требования к кабинету математики. – http://pedsovet.su.

2. Самарский А.А., Михайлов А.П. Математическое моделирование. Идеи. Методы. Примеры. – 2-е изд., исправл. – М., 2001.

**Старченко Інна**
студентка 3 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к.ф.-м. н., доц. Леонтьєва В.В.

## РЕНЕ ДЕКАРТ ТА ЙОГО ДОСЯГНЕННЯ В МАТЕМАТИЦІ

Дана робота присвячена висвітленню найважливих здобутків, а також біографічних фактів видатного вченого Рене Декарта, який зробив значний внесок в існування математики. Рене Декарт відомий як французький філософ, фізик, фізіолог, математик, основоположник аналітичної геометрії. В галузі математики Декарт запровадив Декартову систему координат, надав поняття змінної величини і функції, ввів багато алгебраїчних позначень.

Але, перш ніж перейти до найвагоміших досягнень Декарта в галузі математики, потрібно сказати декілька слів про його життя. Рене Декарт народився 31 березня 1596 року в місті Лае (тепер Декарт), департамент Ендр і Луара, Франція. Він отримав від батька невеликий спадок, який в подальшому житті дозволив йому присвятити своє життя науці та мандрівкам. З 1604 по 1612 роки Декарт навчався в єзуїтському коледжі Генріха Великого в Ла-Флеші, де отримав добру гуманітарну та математичну освіту. Після коледжу Декарт навчався в університеті Пуатьє, отримавши в 1616 диплом бакалавра і ліцензію правника. Після закінчення освіти Декарт проводив у Парижі безтурботне життя, яке було повне насолоди. Але врешті решт такий спосіб життя став тягарем для нього, і він усамітнився для того, щоб присвятити себе математичним дослідженням. Коли йому виповнився 21 рік, він кілька років служив добровольцем в арміях Голландії, Баварії та Угорщини. За цей час Декарт набув непогані військові звички, а також деякі авантюрницькі риси характеру. Йому подобались бали та азартні ігри — при цьому гравцем він був дуже вдалим, в чому велику роль зіграв його математичний талант. У 1629 році переїхав до Нідерландів. Ніщо людське не було чужим для нього — правда єдиний його любовний роман тривав всього лише три роки. Його коханою була якась голландська жінка, яка в 1635 році народила йому дівчинку. Декарт обожнював дитину і був сильно вражений раптовою смертю дочки у п'ятирічному віці. Він завжди казав про цю втрату, як про найбільше нещастя у своєму житті. Одного разу під час служби в армії Декарту наснився сон, що мав велике значення для всього його життя. Весь день 10 листопада він провів на самоті у своїй кімнаті, міркуючи над науковими та математичними проблемами. Це було в старовинному баварському будинку, де кімната зігрівалася великою дерев'яною піччю, що, мабуть, сприяло творчому процесу.Непомітно для себе Декарт задрімав, і йому наснилося, як він у майбутньому розповідав, що перед ним з'явився «дух правди» і почав докоряти йому за лінощі [2]. Цей дух повністю оволодів свідомістю Декарта і переконав його в тому, що йому в житті необхідно довести придатність математичних принципів для пізнання природи та їхню велику користь, оскільки вони надають науковим знанням строгість та певність. Для продовження занять математикою Декарт повернувся до Парижа, але столичне життя знову швидко

набридло йому. Він продав маєток, який отримав від батька і переїхав до самотнього сільського будинку в Голландії.

У 1637 побачила світ головна математична праця Декарта «Міркування про метод» (повна назва: «Міркування про метод, що дозволяє направляти свій розум і відшукувати істину в науках») [2]. У цій книзі викладалася аналітична геометрія, а в додатках — численні результати в алгебрі, геометрії, оптиці (у тому числі — правильне формулювання закону заломлення світла) і багато чого іншого.

Особливо слід відзначити перероблену Декартом математичну символіку Вієта, з цього моменту близьку до сучасної. Коефіцієнти він позначав *a, b, c* ..., а невідомі — *x, y, z*. Натуральний показник степеня прийняв сучасний вигляд (дробові і негативні утвердилися завдяки Ньютону). З'явилася риска над підкореневим виразом. Рівняння приводяться до канонічної форми (у правій частині – нуль). Символічну алгебру Декарт називав «Загальною математикою», і писав, що вона повинна пояснити «все що відноситься до порядку і міри».

Створення аналітичної геометрії дозволило перевести дослідження геометричних властивостей кривих і тіл на алгебраїчну мову, тобто аналізувати рівняння кривої в деякій системі координат. Цей переклад мав той недолік, що тепер треба було акуратно визначати справжні геометричні властивості, які не залежать від системи координат (інваріанти). Однак і переваги нового методу були винятково великі, і Декарт продемонстрував їх у тій же книзі, відкривши безліч положень, невідомих древнім і сучасним йому математикам.

У додатку «Геометрія» були наведені методи розв'язання алгебраїчних рівнянь (у тому числі геометричні та механічні), класифікація алгебраїчних кривих. Новий спосіб завдання кривої — за допомогою рівняння — був вирішальним кроком до поняття функції. Декарт формулює точне «правило знаків» для визначення числа додатних коренів рівняння, хоча і не доводить його.

Крім того, Декарт досліджував алгебраїчні функції (многочлени), а також ряд «механічних» (спіралі, циклоїди). Для трансцендентних функцій, на думку Декарта, загального методу дослідження не існував.

Комплексні числа ще не розглядалися Декартом на рівних правах з дійсними, однак він сформулював (хоча і не довів) основну теорему алгебри: загальна кількість дійсних і комплексних коренів алгебраїчного рівняння дорівнює його степеню. Від'ємні корені Декарт за традицією іменував помилковими, проте об'єднував їх з додатними терміном дійсні числа, відокремлюючи від уявних (комплексних). Цей термін увійшов у математику. Втім, Декарт виявив деяку непослідовність: коефіцієнти a, b, c ... у нього вважалися додатними, а випадок невідомого знака спеціально відзначався трьома крапками ліворуч.

Всі невід'ємні дійсні числа, не виключаючи ірраціональних, розглядаються Декартом як рівноправні; вони визначаються як відношення довжини деякого відрізка до еталону довжини. Пізніше аналогічне визначення числа взяли Ньютон і Ейлер. Декарт поки ще не відокремлює алгебру від геометрії, хоча і

змінює їхні пріоритети; розв'язок рівняння він розуміє як побудову відрізка з довжиною, рівною кореню рівняння. Цей анахронізм був незабаром відкинутий його учнями, передусім — англійськими, для яких геометричні побудови — чисто допоміжний прийом [3].

Книга «Метод» відразу зробила Декарта визнаним авторитетом в математиці і оптиці. Примітно, що видана вона була французькою, а не латиною. Додаток «Геометрія» був, проте, тут же переведений на латинську і неодноразово видавався окремо, розростаючись від коментарів і ставши настільною книгою європейських учених.

Помер Декарт від запалення легень 11 лютого 1650 року. Цікавим постскриптумом до смерті цієї великої людини, який віддав багато сил вивченню взаємодії тіла і душі, може послугувати історія його власного тіла після смерті. Через 16 років після його смерті його друзі вирішили, що тіло має знаходитися у Франції. Але труна, яка з цього приводу була надіслана в Швецію, виявилась занадто короткою. А тому шведська влада, не довго думаючи, вирішила відділити голову Декарта від тіла і поховати її окремо — доти, доки не будуть отримані розпорядження з Парижа.

Що ж до його робот, то вони мали величезне значення в розвитку математики. Досягнення Декарта в галузі математики допомогли розв’язати не розв’язані до цього проблеми.

Література

1. Декарт / В.Ф. Асмус – М. : Высшая школа, 2006. — 335 с.
2. http://uk.wikipedia.org/wiki - Рене Декарт // Вікіпедія.
3. История математики / Под редакцией А.П. Юшкевича: в 3 т. – Т.II.– М.: Наука, 1970. – 376 с.

**Усадська Ганна**
студентка 3 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к.ф.-м. н., доц. Леонтьєва В.В.

## МАГІЧНІ КВАДРАТИ

Дана робота присвячена висвітленню питання виникнення та елементарних прийомів побудови магічних квадратів. Визначні вчені давнини вважали кількісні відношення основою сутності світу. Тому числа та їх співвідношення були однією з головних математичних проблем. «В дні мого юнацтва я у вільний час розважався тим, що складав… магічні квадрати» - писав Бенджамін Франклін [1].

Що ж таке магічні квадрати? Це квадратні (тобто з однаковою кількістю стовпців та рядків) таблиці натуральних чисел, що мають однакові суми чисел по всіх рядках, стовпцях і двох діагоналях. Магічні квадрати свою назву «магічних» або «чарівних» отримали від арабів, які вбачали в подібних сполученнях чисел щось чудове, містичне і дивилися на них як на талісмани [3].

Виникнення перших магічних квадратів відносять до давніх часів. Найбільш ранні відомості про них містяться в китайських книгах, написаних в

IV-V ст. до н.е. З тих давніх магічних квадратів, що дійшли до нас, найбільш «старим» є таблиця Ло-шу (2200 до н.е.). Вона складається з 9 клітинок: 3 рядків та 3 стовпців, заповнених натуральними числами від 1 до 9, які зображувались у вигляді крапок (рис. 1). В цьому магічному квадраті суми чисел по всім рядкам, стовпцям та двом діагоналям дорівнюють одному й тому ж числу – 15.

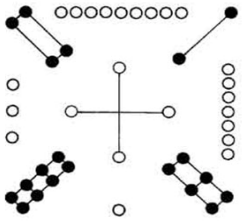


Рисунок 1. – Таблиця Ло-шу

Наступні за часом відомості про магічні квадрати дійшли до нас з Індії і Візантії. В Європі ж зображення магічного квадрату вперше зустрічається на гравюрі «Меланхолія» німецького художника Альбрехта Дюрера (1514) (рис.2). Цей магічний квадрат складається з 16 клітин: 4 рядків та 4 стовпців, заповнених натуральними числами від 1 до 16. У ньому сума чисел кожного рядка, кожного стовпця і двом діагоналям дорівнює 34. Середні числа в нижньому рядку (15 і 14) означають дату 1514 – рік видання цієї гравюри А. Дюрера. Цікавий він ще й іншими властивостями: в ньому одному і тому ж числу (34) дорівнює сума не тільки чисел, що стоять в рядках, стовпцях і двох діагоналях, а й суми чисел, що стоять в квадратах з чотирьох клітин, розташованих по кутах і в середині, а також сума чисел, що стоять у вершинах цього квадрата. Такі квадрати, на відміну від звичайних магічних квадратів, слід було б назвати чарівними, над магічними тощо [4].

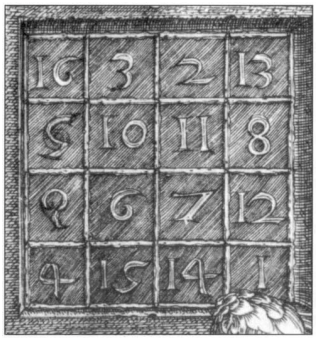



Рисунок 2. – Фрагмент гравюри А.Дюрера "Меланхолія"

Не зважаючи на те, що магічні квадрати були відомі ще у IV-V ст. до н.е, дослідження способів складання таких таблиць набули розквіту у XVI-XVII ст. Такими дослідженнями займалися багато математиків того часу: у XVI ст. А.Різе і М.Штіфель, в XVII ст. А.Кірхер і Баше де Мезеріак. Теорією магічних квадратів займався і французький математик Делаір.

Потрібно зауважити, що на сьогоднішній день не існує загального методу побудови магічних квадратів, хоча на практиці використовують різні спеціалізовані алгоритми. Розглянемо детально спосіб побудови магічного

квадрату з непарним числом клітин, описаний французьким дипломатом de la Loubire у його книзі «A new historical relation of the kingdom of Siam» (рис. 3). Побудова починається з центральної клітинки верхнього ряду, куди ми вписуємо 1. Надалі ми будемо рухатися на одну клітинку вгору і вправо за один крок, вписуючи послідовний ряд чисел від 1 до $n^2$. Якщо ми дійшли до найправішого вертикального чи самого верхнього горизонтального ряду, то з наступним кроком пересуваємось до протилежного крайнього вертикального (лівого) чи горизонтального (нижнього) краю відповідно. Якщо наступна клітинка вже зайнята, то просто рухаємось на 1 клітинку вниз. Продовжуємо виконувати ці кроки $n^2$ разів, доки не заповнимо всі клітинки [5].

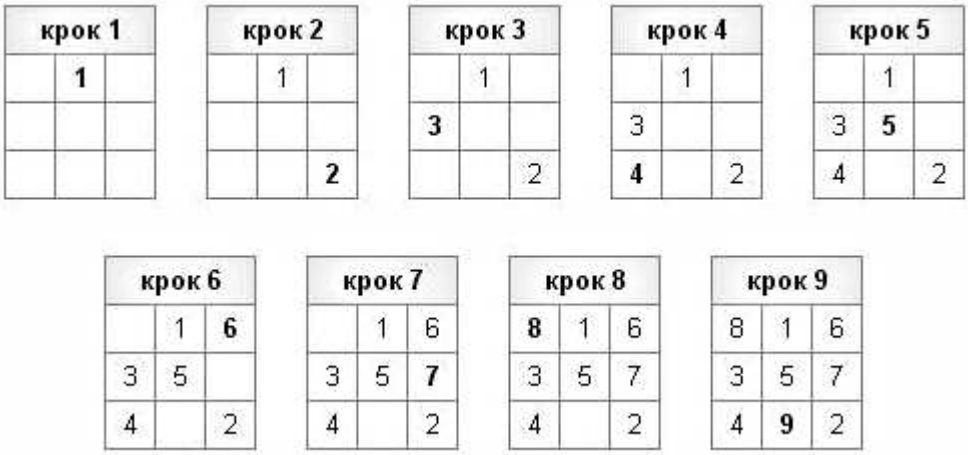



Рисунок 3. – Схема побудови магічного квадрату з непарним числом клітин

Для складання ж магічних квадратів з парним числом клітин всі наявні способи значно складніші і потребують вміння та майстерності. Можна помітити, що з будь-якого магічного квадрату можна отримати безліч інших магічних квадратів шляхом множення всіх його чисел на однаковий множник або додаванням до них одного й того ж доданка.

Сьогодні процес складання магічних квадратів спростився за рахунок обчислювальної техніки. Одним з найбільших магічних квадратів, що були створені саме за допомогою ЕОМ, був розміром 5022Ч5022 [2]. Але це не межа для людства та комп'ютерів майбутнього.

Те, що магічні квадрати були і залишаються однією з цікавих та корисних забавок людства – є беззаперечний факт. Також, їх покладено у основу побудови математичних кросвордів, таких як «Судо-Ку». Сьогодні магічні квадрати можна побачити у багатьох сучасних підручниках з математики як один з видів роботи на уроці та вдома, який розвиває вміння логічно мислити, а значить і будувати речення та висловлювати думки, шукати нестандартні шляхи розв'язання проблеми, вміння бачити та помічати деталі. Ці вміння знадобляться майбутнім дорослим у їхньому дорослому житті.

Література

1. Что такое магический (волшебный) квадрат?/ http://www.genon.ru/GetAnswer.aspx?qid=1fe9dde8-7e7a-48f1-a294-a916f4a99767
2. Магия чисел и слов / Г.М. Александров. – М.: ГЕОРГ, 2007 – 266 с.

3. Магические квадраты / М.М. Постников. – М.: Наука, 1964 – 84 с.
4. Избранные математические развлечения / Я.В.Успенский. – Петроград: Сеятель, 1924 – 264 с.
5. http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%B4%D1%80%D0%B0%D1%82 – Wikipedia.

**Шевченко Артем**
студент 2 курсу Економіко-правничого коледжу ЗНУ
Наук. кер.: Циммерман Г.А.

## ПЕРЕБОРНІ ЗАДАЧІ ТА МЕТОДИ ЇХ ВИРІШЕННЯ ЗАЗАСОБАМИ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Поняття «переборна задача» з'явилося ще до появи перших ЕОМ. Під переборною задачею розуміють метод знаходження розв'язку, шляхом повного перебору усіх можливих варіантів в деякій множині М. Зазвичай даний метод дозволяє розв'язувати задачі, в яких поставленні завдання: «Перечисліть всі можливі варіанти…», «Скільки існує способів…», «Чи існує спосіб…», «Чи існує об'єкт..» и т.д.

Розв'язок задачі методом «Пошук з поверненням» (1950 рік) зводиться до послідовного розширення частинного розв'язку. Якщо на черговому кроці його знайти не вдається, то повертаються до більш короткого частинного розв'язку і продовжують пошук далі. Даний алгоритм дозволяє знайти все розв'язки поставленої задачі, якщо такі існують.

Даний метод є універсальним. Використовуючи «пошук з поверненням» досить легко будувати алгоритми для певної задачі, але час який необхідний для одержання результатів може бути досить великий, навіть при невеликих розмірностях задачі. Причому він може бути настільки великий (від років до століть), що про практичне застосування не може йти й мови. Для збільшення швидкості методу намагаються організувати розрахунки так, щоб якомога раніше виявити непідходящі варіанти, що зазвичай допомога значно зменшити швидкість знаходження рішень. Тому, при проектуванні таких алгоритмів, обов'язково потрібно теоретично оцінювати час їх роботи на конкретних даних. Також існують задачі, для розв'язку яких можна побудувати унікальні й «швидкі» алгоритми, які дозволяють навіть при великих розмірностях швидко отримати результат. В таких задачах даний метод не є ефективним.

«Рекурсивний метод». У програмуванні рекурсивними процедурами та функціями називають ті, які викликають самі себе. Рекурсія дозволяє дуже просто програмувати знаходження функції, заданих рекуррентно, наприклад знаходження факторіалу f(n) = n!. Часто рекурсивні процедури – це досить зручний спосіб для розв'язку певних задач, адже при застосуванні рекурсивних процедур або функцій програмний код може стати дещо простішим. Мінус даного способу є те, що рекурсивна програма потребує досить велику кількість ресурсів комп'ютера.

Для оптимізації переборних задач зазвичай використовують умови, за допомогою яких ми завчасно відкидаємо варіанти, які нам не підходять. Взагалі люди розробляють різні варіанти оптимізації тієї чи іншої задачі, і на це вони витрачають дуже багато часу.

На сьогоднішній день розв'язування переборних задач досить актуальне. Різноманітні методи використовують у : математиці; програмуванні; криптографії.

Хоча ці три науки досить тісно пов'язанні, але вони переслідують різні цілі. Всі задачі, які ставлять перед собою у програмуванні і криптографії можна розв'язати або описати математично.

Одні з найпопулярніших задач:

1. «Задача про вісім ферзів» − широко відома задача про розстановку фігур на шаховій дошці. Формулювання задачі: «Розставити на стандартній 64-клітчаній шаховій дошці 8 ферзів так, аби ні один з них не находився на шляху другого». Дана задача є класичною для програмування, але зазвичай використовують M ферзів, и шахову дошку N*N.

Загальне число можливих розташувань 8-ми ферзів на 64-клітчаній шаховій дошці – 4 426 165 368. Загальне число можливих розташувань, які задовольняють умову задачі – 92. Взагалі, сучасні комп'ютери можуть виконати розв'язок шляхом прямого перебору, але зазвичай такий розв'язок є некоректним, і за головну ціль ставлять пошук алгоритму, який дозволяє значно скоротити об'єм перебору.

2. «Метод гілок та границь» − загальний алгоритмічний метод для находження оптимальних розв'язків різних задач оптимізації, особливо дискретної і комбінаторної оптимізації. Даний метод є варіацією повного перебору с відсівом підмножин допустимих розв'язків, які завчасно не є оптимальними.

3. «Алгоритм пошуку найкоротшого шляху в лабіринті» або просто «Пошук шляху» − термін в інформатиці і штучному інтелекті, який означає визначення комп'ютерною програмою найкращого, оптимального маршруту між двома точками. Зазвичай даний алгоритм асоціюється з комп'ютерними іграми, де певний об'єкт шукає шлях поміж перешкод. Найчастіше дана задача виникає в іграх жанру «стратегія реального часу», в котрих гравець дає завдання ігровим одиницям рухатись до певної точки через поле, яке містить перешкоди.

**Фасоляк Антон**
студент 3 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к.ф.-м. н., доц. Зіновєєв І.В.

## НАБЛИЖЕНЕ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧІ КОМІВОЯЖЕРА З ЕВКЛІДОВОЮ МЕТРИКОЮ

Задача про знаходження маршруту, оптимального за певним чином визначеним критерієм, є однією з найбільш відомих задач теорії оптимізації. У класичній постановці вона відома як задача комівояжера і ось вже більше століття вона займає почесне місце серед актуальних математичних задач. Велика кількість задач з різних областей життя людини може бути зведена до

задачі комівояжера. Вона виникає у широкому класі додатків, включаючи розпізнавання траєкторій і образів, побудови оптимальних схем руху та ін.

На даний момент є ряд точних і наближених методів розв'язання цієї задачі. Усі точні алгоритми практично є оптимізованим повним перебором варіантів. В деяких випадках ці алгоритми досить швидко знаходять розв'язок, але в загальному випадку доводиться перебирати усі *n!* циклів. Дана робота присвячена розробці алгоритму наближеного розв'язку окремого виду задачі комівояжера – задачі з метрикою Евкліда. Задача комівояжера полягає у знаходженні найвигіднішого маршруту, що проходить через вказані міста (маршрут повинен проходити через кожне місто тільки один раз). В умовах задачі задається критерій вигідності маршруту (найкоротший, найдешевший, сукупний критерій тощо) і відповідні матриці відстаней, вартості тощо. Розв'язок знаходиться серед гамільтонових циклів.

Існує маса різновидів узагальненої постановки задачі, зокрема геометрична задача комівояжера (матриця відстаней відображає відстані між точками на площині), трикутна задача комівояжера (на матриці вартостей виконується нерівність трикутника), симетрична та асиметрична задачі.

Сформулюємо задачу в термінах двовимірної евклідової геометрії, взявши як метрику функцію визначення відстані між двома точками евклідової площини: Нехай на евклідовій площині n точок $A_k$ *(k=0,…,n-1)* задано своїми декартовими координатами. Необхідно знайти *n*-ланцюгову замкнену ламану лінію найменшої довжини, без самоперетинів, вершинами якої є всі задані точки. Або в іншому формулюванні: знайти перестановку заданих точок $(B_1, B_2, ..., B_n)$ таку, щоб досягала мінімуму сума:

$$S = \sum_{k=1}^{n} d(B_k, B_{(k+1) \bmod n}), \qquad (1)$$

де *d(A, B)* – евклідова відстань (метрика) між точками *A* і *B*.

Для побудови алгоритму наближеного розв'язку задачі комівояжера скористаймось підходом, описаним в роботі Файзуліна Р. Р. [1]. У цій роботі розглядається наближений алгоритм, який оснований на побудові допоміжної гладкої кривої, що апроксимує шуканий шлях комівояжера.

В цій роботі в якості такої кривої пропонується обрати простішу замкнену криву другого порядку – еліпс ($x = a\cos(t),\ y = b\sin(t)$), такий, що сума квадратів відстаней від заданих точок до нього буде мінімальною. Побудову еліпса проводимо у припущенні, що одна із півосей еліпса розміщена на прямій, яка визначається із умови, що сума квадратів відстаней від заданих точок до цієї прямої буде мінімальна, а координати центра еліпсу є середнім арифметичним координат проекцій точок на цю пряму. Тоді пошук еліпса зводиться до знаходження описаної прямої та півосей еліпса.

Будемо шукати пряму у вигляді $ax + by + 1 = 0$. Спрямуємо до мінімуму суму квадратів відстаней від точок до шуканої прямої:

$$S(a,b)=\sum_{k=o}^{n-1}(ax_k+by_k+1)^2\left(a^2+b^2\right)^{-1}\longrightarrow\min. \qquad (2)$$

Введемо наступні позначення:

$$A=\sum_{k=0}^{n-1}x_k y_k,\ X=\sum_{k=0}^{n-1}x_k,\ Y=\sum_{k=0}^{n-1}y_k,\ X_2=\sum_{k=0}^{n-1}x_k^2,\ Y_2=\sum_{k=0}^{n-1}y_k^2. \qquad (3)$$

Скористаємось необхідними умовами локального екстремуму функції двох змінних $S(a,b)$. Дорівняємо до нуля частинні похідні:

$$\frac{\partial S}{\partial a}=\frac{2(b(b^2-a^2)A+ab^2(X_2-Y_2)-2abY+(b^2-a^2)X-an)}{a^2+b^2}=0; \qquad (4)$$

$$\frac{\partial S}{\partial b}=\frac{2(a(a^2-b^2)A+ba^2(Y_2-X_2)-2abX+(a^2-b^2)Y-bn)}{a^2+b^2}=0. \qquad (5)$$

Тоді $a\frac{\partial S}{\partial a}+b\frac{\partial S}{\partial b}=-\frac{2(aX+bY+n)}{a^2+b^2}=0$. Вважаємо, що $X\neq 0$ і тоді

$$a=-\frac{Y}{X}b-\frac{n}{X}. \qquad (6)$$

Підставимо (6) в (5) або (4). Отримаємо кубічне рівняння відносно *b*. Це рівняння має три корені, одним з яких є *b*=0. Остаточний вибір кореня можна зробити, обчисливши для кожних *a* і *b* значення *S(a, b)* за формулою (2).

Для знаходження півосей еліпса *p* і *q* можна застосувати метод градієнтного спуску. Відповідний ітеративний процес може бути таким:

$$p_{i+1}=p_i-\alpha\frac{L(p_i+\Delta,q_i)-L(p_i,q_i)}{\Delta},\ q_{i+1}=q_i-\alpha\frac{L(p_i,q_i+\Delta)-L(p_i,q_i)}{\Delta}, \qquad (7)$$

де $p_0$, $q_0$, *б* та Д – деякі параметри алгоритму, $L(p,q)$ – сума квадратів відстаней від точок до еліпса з півосями $p$ та $q$.

Підсумовуючи вище сказане, наведемо алгоритм наближеного розв’язку задачі комівояжера.

1. Задати координати початкових точок.
2. Обрати деяку початкову послідовність цих точок.
3. Побудувати початкову допоміжну криву – еліпс.
4. Знайти проекції точок на знайдений еліпс.
5. Визначити порядок слідування проекцій.
6. За визначеним у п.5 порядком слідування відмічених точок задати деяку перестановку вихідних точок, яка визначає гамільтонов цикл. Обчислити довжину цього циклу. Якщо довжина циклу виявиться мінімальною з усіх попередніх, то запам'ятати відповідну перестановку.
7. За динамікою зміни довжини циклу можна визначити, коли завершити ітеративний процес (наприклад, при монотонному збільшенні довжини циклу упродовж останніх декількох операцій).

Алгоритм наближеного розв’язку задачі комівояжера при *n*=4, 5, 7, 29

було реалізовано на мові системних обчислень Maple13.

Наведемо результати при $n$=4 та 29.

Нехай є чотири точки $A_0(0,0)$, $A_1(2,3)$, $A_2(-3,5)$, $A_3(1,-3)$. В результаті роботи програми було отримано точний розв'язок задачі, який дорівнює 20.47, а також наближений розв'язок задачі методом побудови гладкої допоміжної кривої – еліпса. В результаті була отримана перестановка $A_2$, $A_1$, $A_0$, $A_3$, яка дає наближення 20.89, що можна вважати прийнятним результатом.

Нехай є 29 точок, положення яких відповідає положенню реальних об'єктів на місцевості і визначається координатами $A_1(3.5,2.8)$, $A_2(3.3,3.1)$, $A_3(10.2,3.7)$, $A_4(-2,2.5)$, $A_5(-2.5,3)$, $A_6(-3.1,1.7)$, $A_7(-4,0.6)$, $A_8(-5,0.5)$, $A_9(-6,0.5)$, $A_{10}(-5.3,2.3)$, $A_{11}(-5.5,3.2)$, $A_{12}(-5.3,-2.4)$, $A_{13}(-4.4,-3.4)$, $A_{14}(-3.9,-3.5)$, $A_{15}(-3.2,-4.1)$, $A_{16}(1,-0.8)$, $A_{17}(3,-0.4)$, $A_{18}(7.8,-0.4)$, $A_{19}(6.9,-1.8)$, $A_{20}(6.4,-6.7)$, $A_{21}(7,-7.1)$, $A_{22}(4.7,-3.9)$, $A_{23}(4.4,-3.6)$, $A_{24}(3.9,-3.4)$, $A_{25}(3.7,-2.8)$, $A_{26}(1.5,-1.3)$, $A_{27}(2,-1.7)$, $A_{28}(3.3,-1.8)$. В результаті роботи програми була отримана перестановка $A_8$, $A_9$, $A_{26}$, $A_{12}$, $A_{13}$, $A_{14}$, $A_{15}$, $A_1$, $A_2$, $A_0$, $A_4$, $A_5$, $A_6$, $A_{11}$, $A_{10}$, $A_7$, $A_{16}$, $A_{19}$, $A_{17}$, $A_{18}$, $A_3$, $A_{27}$, $A_{24}$, $A_{20}$, $A_{21}$, $A_{25}$, $A_{22}$, $A_{23}$, $A_{28}$, яка дає наближення 29.24.

Таким чином, розроблено алгоритм наближеного розв'язку задачі комівояжера, оснований на побудові допоміжної кривої – еліпса, яка апроксимує шлях руху комівояжера.

Вивчення особливостей задачі комівояжера дозволило зробити наступний висновок: актуальним нині залишається пошук точних і наближених способів розв'язання цієї задачі як з теоретичної, так і з практичної точок зору. Більше того, темпи сучасного життя міняють відношення людини до часу, сьогодні користувач не любить чекати, знаходить можливості скоротити час очікування, знайти оптимальний розв'язок в найкоротші терміни. Усе це свідчить про зростання в майбутньому потреби в ефективному розв'язанні задачі комівояжера і інших споріднених їм оптимізаційних задач.

Література

1. Файзуллин Р.Т. Гладкие приближения в задаче коммивояжёра / Р.Т.Файзуллин, Р.Р.Файзуллин // Таврический вестник информатики и математики. – 2004. – №1. – С. 72 – 78.

2. Бахвалов Н.С. Численные методы / Н.С.Бахвалов, Н.П.Жидков, Г.М.Кобельков .– М.: Лаборатория базовых знаний, 2002.– 632 с.

**ЗМІСТ**

**СЕКЦІЯ №4 ЖУРНАЛІСТИКА**

**Абліцова Г.** ЖАНРОВА ПАЛІТРА ГАЗЕТИ «РОЗ-ІНФОРМ» ... 3
**Аракелян М.** ЖАНРОВА ПАЛІТРА ФОТОГРАФІЙ НА ШПАЛЬТАХ ГАЗЕТИ «СУББОТА ПЛЮС» ... 7
**Богданова Є.**СКЛАДОВІ КОМПОНЕНТИ РАНКОВОЇ ПРОГРАМИ ... 10
**Бондаренко К.** КЛЮЧОВІ УСПІХУ РАДІОВЕДУЧОГО ... 14
**Борисенко А.** ХУДОЖНЬО-ТЕХНІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ ЖУРНАЛУ "ПІЗНАЙКО ВІД 6" ... 18
**Бурейко А.** ЕМОТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНТЕНТУ В НОВИННИХ ВИПУСКАХ ЗАГАЛЬНОНАЦІОНАЛЬНИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ ... 22
**Веремієнко В.** ОСОБЛИВОСТІ ЕЛЕКТРОННОЇ ВЕРСІЇ ГАЗЕТИ “МИГ” ... 25
**Ворожко А.** ТИПОЛОГІЧНІ ОЗНАКИ ЖІНОЧОГО ВИДАННЯ «MARIE CLAIRE» ... 29
**Гиріна Т.** РОЛЬ ВЕДУЧОГО В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ СИСТЕМИ ДИТЯЧОГО РАДІОМОВЛЕННЯ ... 32
**Голубенко О.** КОНВЕРГЕНТНІ ПРОЦЕСИ В ГАЗЕТАХ „ДЕНЬ” ТА „ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ. УКРАЇНА” ... 35
**Горбенко К.** ОСОБЛИВОСТІ РОЗСЛІДУВАЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ЖУРНАЛІСТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСУ «УКРАЇНСЬКА ПРАВДА» СЕРГІЯ ЛЕЩЕНКА ... 38
**Грис І.** КОГНІТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВНОЇ АТРАКЦІЇ У МАС-МЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРІАЛАХ ГАЗЕТ “ЗАПОРІЗЬКА ПРАВДА” ТА “ЗАПОРОЗЬКА СІЧ”) ... 42
**Гришкіна М.** КЛАСИФІКАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ТЕОРЕТИЧНОМУ ДИСКУРСІ ... 45
**Данагулян Л.** ІСТОРИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ ... 48
**Десятинник Я.** ОСОБЛИВОСТІ ДОВОЄННОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ МИКОЛИ ПОПЕЛЯ В ГАЗЕТІ «ЧЕРВОНЕ ЗАПОРІЖЖЯ» ... 52
**Дуйловська Д.** ПРОБЛЕМА КОНФІДЕНЦІЙНОСТІ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ДЖЕРЕЛ ... 54
**Захарс Т.**ІМІДЖ ВЕДУЧОГО АЛЛИ МАЗУР В КОНТЕКСТІ ПІДСУМКОВОЇ ПРОГРАМИ ... 58
**Кияшко Ю.П.** ТЕРМІНОЛОГІЧНІ КОНЦЕПТИ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: АНАЛІЗ ДЕФІНІЦІЇ «ВІДЕОРЯД» В КОНТЕКСТІ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ... 62
**Клименко К.** ЕКОНОМІЧНА ЖУРНАЛІСТИКА: ПОНЯТТЯ, ДОСЛІДЖЕННЯ, ПРЕСПЕКТИВИ ... 65
**Коваленко П.** ВІЗУАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МУЗИЧНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ: УКРАЇНСЬКИЙ ТА БРИТАНСЬКИЙ ВАРІАНТИ ... 69
**Красовська К.** ВИШІВСЬКІ ВИДАННЯ М. ЗАПОРІЖЖЯ: ГАЗЕТА «АКАДЕМІЯ» (ЗДІА) ... 73
**Кривко О.** ЕТИЧНІ НОРМИ ДІЯЛЬНОСТІ РЕДАКЦІЙНО-ВИДАВНИЧИХ СТРУКТУР ... 77
**Кузьменко А.** СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА ЗМІ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ... 81
**Лебедєва О.** ПРОБЛЕМАТИКА ДОТРИМАННЯ ЕТИЧНИХ ПРИНЦИПІВ ЖУРНАЛІСТИКИ ... 84
**Левицький Р.** СПЕЦИФІКА ПРЯМОЕФІРНОГО СПОРТИВНОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО МОВЛЕННЯ ... 87
**Льовіна О.** МІСЦЕ САМВИДАВУ У ВІДРОДЖЕННІ ДУХОВНОСТІ НАРОДІВ РАДЯНСЬКОГО СОЮЗУ ... 90
**Мелінчук Я.** ОФОРМЛЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ТЕКСТУ В СУЧАСНИХ ГАЗЕТАХ ... 93
**Мельник М.** РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ... 95
**Микитів О.** ІНФОРМАЦІЙНА ГРАФІКА ЯК ЗОБРАЖАЛЬНИЙ ЗАСІБ У ЗАПОРІЗЬКИХ ГАЗЕТАХ ... 98
**Міфтахова А.** ПРЕЗЕНТАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ BTL-КОМУНІКАЦІЙ ... 102
**Мошківська Т.** ОСОБЛИВОСТІ КНИЖКИ-ІГРАШКИ КНИЖКОВОГО РИНКУ ЗАПОРІЖЖЯ ... 104
**Музалевська А.** ДІАЛОГІЧНЕ МОВЛЕННЯ ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНА КАТЕГОРІЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ПРОСТОРУ ... 108
**Мурашкіна А.** ТЕМАТИКА ГАЗЕТИ «АНТРАКТ» (М. ЄВПАТОРІЯ) ... 111
**Мусафірова Ю.** ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МЕДІА-ЕФЕКТІВ У ТЕЛЕРЕПОРТАЖАХ А. ЦАПЛІЄНКА НА ТЕЛЕКАНАЛІ «ІНТЕР» ... 114
**Нехай Т.** ХУДОЖНЬО-ПУБЛІЦИСТИЧНА ЖУРНАЛІСТИКА В ЗАПОРІЗЬКІЙ ПРЕСІ ... 117
**Осадчук А.** РЕКЛАМНЕ ТА PR-ПОЗИЦІОНУВАННЯ ОРГАНІВ СТУДЕНТСЬКОГО САМОВРЯДУВАННЯ ... 120
**Осиновська Ю.** ПОРУШЕННЯ ЕТИЧНИХ НОРМ ТА ПРИНЦИПІВ В ЖУРНАЛІСТИЦІ НА ПРИКЛАДІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВИПУСКУ НА «РАДІО ЗАПОРІЖЖЯ ФМ» ... 124
**Павленко А.**СПЕЦИФІКА РАНКОВИХ ТЕЛЕЕФІРІВ НА ЗОДТРК «ЗАПОРІЖЖЯ» ТА ЗНТРК «ТВ-5» ... 127

**Пітюкіна А.** ВИДИ ТА ФУНКЦІЇ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ В ГАЗЕТІ «ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ»..... 130
**Полєжаєв Ю.** ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ТРЕВЕЛ-ВИДАНЬ..... 132
**Полєшко А.** ОБРАЗ ПРОФЕСІЇ У КОНТЕКСТІ ПРОФЕСІЙНОГО САМОВИЗНАЧЕННЯ ЖУРНАЛІСТА..... 134
**Полякова К.** ОСОБЛИВОСТІ УТВОРЕННЯ БЛОГОСФЕРИ „УКРАЇНСЬКОЇ ПРАВДИ”..... 138
**Прокопенко В.** ЛОГІКО-ПСИХОЛОГІЧНА АРГУМЕНТАЦІЯ В РЕКЛАМІ..... 142
**Рибальченко Д. Ю.** ІНТЕРВ’Ю ЯК ЖАНР СУЧАСНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ В АВТОРСЬКИХ ПРОГРАМАХ КОМЕРЦІЙНИХ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ..... 146
**Рибальченко Ю.** ДИТЯЧІ ТЕЛЕПРОГРАМИ НА ЗАПОРІЗЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ..... 148
**Свириденко К.** ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРУКТУРИ ГАЗЕТНОЇ ЗАМІТКИ..... 152
**Сєчіна К.** ПУБЛІЦИСТИКА О.ОЛЬЖИЧА ЯК ВИЯВ ЙОГО СВІТОГЛЯДУ..... 154
**Семенова Д.** МІСЦЕ ІНТЕРВ’Ю В СИСТЕМІ ЖАНРІВ ЖУРНАЛІСТИКИ..... 157
**Силюк А.** ВЕБ-СТОРІНКА ЯК СКЛАДОВА У ФОРМУВАННІ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ РАДІОСТАНЦІЇ..... 160
**Сіріньок-Долгарьова К.** РИЗИКИ І ЗАГРОЗИ СВІТОВИХ ОН-ЛАЙН НОВИН У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ..... 162
**Скліфос К.** ТЕОРЕТИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ ПОНЯТТЯ «ФОРМАТ» У МЕДІА-ПРОСТОРІ..... 166
**Скорина Є.** СВОБОДА СЛОВА В ТЕЛЕПРОСТОРІ УКРАЇНИ: МОРАЛЬНО-ЕТИЧНИЙ АСПЕКТ..... 168
**Собур А.** ПУБЛІЦИСТИКА КЛАРИ ГУДЗИК: СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ АУДИТОРІЇ..... 172
**Софронова О.** КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ ЯК ОДНА ІЗ СКЛАДОВИХ МЕДІАОСВІТИ..... 176
**Спиця І.** ІНФОТЕЙМЕНТ ЯК НОВИЙ ФОРМАТ ПОДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ..... 178
**Татарченко А.** ЕТИЧНА КУЛЬТУРА ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТА..... 182
**Терещенко М.** ДУХОВНО-ІДЕОЛОГІЧНА ФУНКЦІЯ ПРЕСИ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «ЗАПОРОЗЬКА СІЧ»)..... 184
**Ткачук Р.** КОЛІР ЯК ЗАСІБ ОРІЄНТУВАННЯ В РУБРИКАХ РЕКЛАМНОГО ЖУРНАЛУ «QP!»..... 188
**Тронь Г.** ПОДОЛАННЯ КРИЗИ УВАГИ НА ПРИКЛАДІ КУЛЬТУРНО-ПРОСВІТНИЦЬКИХ ПЕРЕДАЧ В ЕФІРІ «РАДІО “ЗАПОРІЖЖЯ FM”»..... 192
**Хапрова М.** ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЖУРНАЛУ «ЗДОРОВЬЕ»..... 196
**Ципляк М.** ОДНОБІЧНА ПОЛІТИЧНА ПОЗИЦІЯ ЗМІ: АСПЕКТ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ..... 199
**Шарлова Л.** ВІЗУАЛЬНИЙ ОБРАЗ ІНТЕРЕНТ-ВИДАННЯ «УКРАЇНСЬКА ПРАВДА» ЯК ЗАСІБ СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ..... 204
**Шашликова К.** МОЛОДІЖНІ ТЕЛЕВІЗІЙНІ ПЕРЕДАЧІ НА ЛОКАЛЬНОМУ ТБ..... 208
**Шеремет А.** КУЛЬТУРНА ТЕМАТИКА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТБ..... 212

**СЕКЦІЯ №5 ЮРИДИЧНІ НАУКИ**

**Адаменко К.** ВИДАТКИ НА ОХОРОНУ ЗДОРОВ’Я..... 215
**Власенко М.** ОСОБЛИВОСТІ АДМІНІСТРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НЕПОВНОЛІТНІХ..... 218
**Волкова А.** ЮРИДИЧНЕ ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНУ «ЗАГИБЕЛЬ ЛЮДЕЙ» ЯК НАСЛІДКУ ЗЛОЧИНІВ..... 222
**Гажемон Н.**ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ХАБАРНИЦТВА В КРИМІНАЛЬНОМУ ПРАВІ224
**Гайдук Д.** ДЕВІАНТНА ПОВЕДІНКА: ПРАВОЗНАВЧИЙ ПОГЛЯД..... 229
**Галайда К.** УХИЛЕННЯ ВІД СПЛАТИ ПОДАТКІВ ЯК ДЖЕРЕЛО ЗЛОЧИННИХ ДОХОДІВ: ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН..... 230
**Германюк М.** УЗАГАЛЬНЕНИЙ АНАЛІЗ ЗАКОНОДАВСТВА КРАЇН КОЛИШНЬОГО СРСР В АСПЕКТІ НОРМАТИВНОЇ ФІКСАЦІЇ ПРИНЦИПІВ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ..... 233
**Данилюк К.** ПРАВОВА ПРИРОДА ГОСПОДАРСЬКИХ СУДІВ ТА ЇХ МІСЦЕ В СУДОВІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ..... 236
**Забарін А.** ЮРИДИЧНА ОСОБА – СУБ’ЄКТ ЗЛОЧИНУ В УКРАЇНІ..... 239
**Здорик О.** ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ СТОРІН У СПРАВАХ ПРО ВІДШКОДУВАННЯ ШКОДИ ЗАВДАНОЇ ВНАСЛІДОК НЕДОЛІКІВ ТОВАРІВ, РОБІТ (ПОСЛУГ)..... 242
**Зозуль І.** ПРЕЗУПЦІЯ ПРАВОМІРНОСТІ ДІЙ І ПРАВОВОЇ ПОЗИЦІЇ ГРОМАДЯН У АДМІНІСТРАТИВНОМУ ПРАВІ ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТА НОРМАТИВНЕ ЗАКРІПЛЕННЯ..... 246
**Іванова Г.** ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ОСОБИСТОСТІ СЕКСУАЛЬНИХ МАНІЯКІВ..... 248
**Козік В.** ШЛЯХИ ПОПЕРЕДЖЕННЯ АДМІНІСТРАТИВНОЇ ДЕЛІКТНОСТІ НЕПОВНОЛІТНІХ..... 252
**Коцинян М.** РЕФОРМУВАННЯ ОДЕРЖАННЯ ХАБАРА ТА ПРОПОЗИЦІЇ АБО ДАВАННЯ ХАБАРА, ШЛЯХОМ ОБ’ЄДНАННЯ ЦИХ ЗЛОЧИНІВ В ОДИН СКЛАД ЗЛОЧИНУ ЯК ХАБАРНИЦТВО..... 255
**Латишев К.** ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СПІВВІДНОШЕННЯ КАТЕГОРІЙ «ГРОМАДСЬКА БЕЗПЕКА» ТА «ГРОМАДСЬКИЙ ПОРЯДОК»..... 258

**Лепська А.** КОМП'ЮТЕРНІ ЗЛОЧИНИ ЯК ПОРУШЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ДЕРЖАВІ ... 261
**Лиходід М.** ДІЯЛЬНІСТЬ ДІЛЬНИЧОГО ІНСПЕКТОРА МІЛІЦІЇ У ПРОТИДІЇ ТА ПОДОЛАННЯ НАСИЛЛЯ У СІМ'Ї ЯК ЗАСІБ ПРОФІЛАКТИКИ ПІДЛІТКОВОЇ ЗЛОЧИННОСТІ: ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВА ВДОСКОНАЛЕННЯ ... 264
**Мурашкіна Ю.Ю.** ПОНЯТТЯ АДМІНІСТРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ... 267
**Мяснянкіна К.** СУДОВИЙ ПРЕЦЕДЕНТ, ЯК АНАЛОГІЯ ПРАВА В ГОСПОДАРСЬКОМУ СУДОЧИНСТВІ ... 270
**Наконечний О.** ВИЗНАЧЕННЯ СУБЄКТІВ ЗЛОЧИНУ ПОРУШЕННЯ АВТОРСЬКИХ ПРАВ З ВИКОРИСТАННЯМ ПІРІНГОВИХ ІНТЕРНЕТ МЕРЕЖ ... 276
**Ніколаєнко Д.** ХУЛІГАНСТВО ЯК СОЦІАЛЬНО НЕБЕЗПЕЧНЕ ЯВИЩЕ: ПРАВОВА ПРИРОДА ... 279
**Нікольникова М.** ЗАКОНИ ДІАЛЕКТИКИ ТА ЇХ РОЛЬ У ПІЗНАННІ КРИМІНАЛЬНО-ПРАВОВИХ ЯВИЩ ... 282
**Першина А.** ЗАПОДІЯННЯ ШКОДИ ТВАРИННОМУ СВІТУ ШЛЯХОМ ПОРУШЕННЯ ПРАВИЛ ПОЛЮВАННЯ ... 285
**Підлужна О.** ФІКТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ПОНЯТТЯ, СУТНІСТЬ, ПРОБЛЕМАТИКА ... 288
**Приладишева О.** КРИМІНАЛЬНА КАРАНІСТЬ ЗА ЖОРСТОКЕ ПОВОДЖЕННЯ З ТВАРИНАМИ ... 291
**Россоха М.** ДЕКРИМІНАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНИХ ЗЛОЧИНІВ: СТРАТЕГІЧНІ ТА ТАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ... 296
**Супрун Д.** АДМІНІСТРАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ЩО ПОСЯГАЮТЬНА ЗДІЙСНЕННЯ НАРОДНОГО ВОЛЕВИЯВЛЕННЯ ТА ВСТАНОВЛЕНОГОПОРЯДКУ ЙОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ... 299
**Тарарієва А.** СУЧАСНІ ВИДИ ШАХРАЙСТВА ... 303
**Третьяченко М.** ДЕЯКІ МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ ... 306
**Хортицька Д.** СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ ДІТЕЙ-СИРІТ ТА ДІТЕЙ, ПОЗБАВЛЕНИХ БАТЬКІВСЬКОГО ПІКЛУВАННЯ ... 308
**Чупіна К.** ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ СІМ'Ї ПРАВОВИХ СИСТЕМ ... 312
**Шемет Х.** ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВА СУТНІСТЬ КОНФЕДЕРАЦІЇ ... 315
**Шпигун Ю.** МЕТОДИКА РОЗСЛІДУВАННЯ ХУЛІГАНСТВА ... 319
**Янькова Я.** КРИМІНОЛОГО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПОРТРЕТ СЕКСУАЛЬНОГО ЗЛОЧИНЦЯ ... 322

**СЕКЦІЯ №6 МАТЕМАТИЧНІ НАУКИ**

**Александров І., Долгих А.** КОНТАКТНА ЗАДАЧА ПЛОСКОЇ ТЕОРІЇ ПРУЖНОСТІ ... 326
**Афанасова В.** ПАРАДОКС МОНТІ ХОЛА У РОБОТІ ЖУРНАЛІСТА ... 330
**Герасименко О.** СТВОРЕННЯ НМК ДОКУМЕНТАЦІЇ ЗА ДОПОМОГОЮ БАЗОВАНОЇ НА XML МОВИ ОПИСУ ДИСЦИПЛІНИ ... 332
**Гриценко А.** ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ГРІ «КОЛЕКТИВНИЙ МОРСЬКИЙ БІЙ» ... 337
**Кобенок О.** ЗАСТОСУВАННЯ ФРАКТАЛІВ У КОМП'ЮТЕРНІЙ ГРАФІЦІ ... 340
**Левченко М.** ДАВИД ГІЛЬБЕРТ І ЙОГО ВНЕСОК У РОЗВИТОК МАТЕМАТИКИ ... 343
**Лисенко М.** ЗАДАЧА ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАВЧАННЯ ... 346
**Мізіна І.** ПРО ДЕЯКИЙ З ПІДХОДІВ ДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАВЧАННЯ МАТЕМАТИЦІ ... 349
**Носенко А.** ПОЗАКЛАСНА РОБОТА В ШКІЛЬНІЙ МАТЕМАТИЦІ ... 352
**Пугач Т.** ФЕНОМЕН ЕНДРЮ УАЙЛСА ... 356
**Синєпольський І.** ПРИКЛАД РЕАЛІЗАЦІЇ АРИФМЕТИЧНИХ ОПЕРАЦІЙ ВЕЛИКОЇ ТОЧНОСТІ ДЛЯ МАСИВНО-ПАРАЛЕЛЬНИХ СИСТЕМ ... 358
**Сысоев Н.** ЦИЛИНДРИЧЕСКАЯ ОБОЛОЧКА С ЖЕСТКОЗАКРЕПЛЕННЫМИ ТОРЦАМИ ... 362
**Спиця І.** МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЗАДАЧІ ПРО ВМІСТ ВУГЛЕКИСЛОГО ГАЗУ У ПРИМІЩЕННІ ... 367
**Старченко І.** РЕНЕ ДЕКАРТ ТА ЙОГО ДОСЯГНЕННЯ В МАТЕМАТИЦІ ... 371
**Усадська Г.** МАГІЧНІ КВАДРАТИ ... 373
**Шевченко А.** ПЕРЕБОРНІ ЗАДАЧІ ТА МЕТОДИКИ ЇХ ВИРІШЕННЯ ЗАСОБАМИ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ... 376
**Фасоляк А.** НАБЛИЖЕНЕ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧІ КОМІВОЯЖЕРА З ЕВКЛІДОВОЮ МЕТРИКОЮ ... 377

**Наукове видання**

**Збірник наукових праць**
**студентів, аспірантів і молодих вчених**
**«МОЛОДА НАУКА-2012»**

**Відповідальна за випуск:**
**голова НТСА ЗНУ *С.О. Доброскок***

**Адреса редакційної колегії:**
Запорізький національний університет
69600, м.Запоріжжя, вул.Леппіка, 33, каб. 314
тел. (061) 289-41-07
E-mail: sveta.sirica@rambler.ru

НАУКОВЕ ТОВАРИСТВО СТУДЕНТІВ ТА АСПІРАНТІВ ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Підписано до друку 10.04.2012 р. Формат 60x84/16
Віддруковано з готового оригінал-макета. Гарнітура Times New Roman.
Папір офсетний. Друк лазерний. Наклад 125 прим.

Поліграфічний центр «***Copy Art***»
м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 57
тел.: (095) 908-28-56
тел.: (061) 289-22-00
http://copyart.uaprom.net
E-mail: copyshopzp08@rambler.ru

CopyArt