

Міністерство освіти і науки України
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ПЕТРУШКА АЛІНА ІВАНІВНА

УДК 070 : 304 : 655

**ПРОГНОСТИЧНА МОДЕЛЬ НОСІЇВ
НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОГО КОНТЕНТУ
ЯК ВТІЛЕННЯ ЇХНІХ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ХАРАКТЕРИСТИК**

27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата наук із соціальних комунікацій

Дніпро – 2017

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі реклами і мови ЗМІ факультету журналістики Міжнародного економіко-гуманітарного університету імені академіка Степана Дем'янчука

Науковий керівник: доктор філологічних наук,
кандидат соціологічних наук, професор
Фінклер Юрій Едуардович,
Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука,
факультет журналістики,
професор кафедри реклами і мови ЗМІ

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, професор
Яблонівська Наталя Всеволодівна,
Житомирський державний університет
імені Івана Франка,
професор кафедри видавничої справи, редагування,
основ журналістики та філології

кандидат наук із соціальних комунікацій
Лешко Уляна Орестівна,
Вінницький державний педагогічний університет імені
М. Коцюбинського,
старший викладач кафедри журналістики, реклами та
зв'язків з громадськістю

Захист відбудеться "4" квітня 2017 року о 10.00 на засіданні спеціалізованої вченої ради К 08.051.19 Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара за адресою: 49027, м. Дніпро, пл. Шевченка, 1, Палац культури студентів.

З дисертацією можна ознайомитися у Науковій бібліотеці Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара за адресою: 49027, м. Дніпро, вул. Казакова, 8.

Автореферат розісланий "4" березня 2017 року

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради,
кандидат філологічних наук



І.М. Сухенко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Трансформаційні процеси, зумовлені розгортанням конвергенційних явищ у масових комунікаціях, актуалізують проблему моделювання типологічних і видових особливостей друкованих видань та їхніх електронних версій. Моделювання передбачає виявлення та врахування потенційних чинників еволюційних змін та прогнозування їхнього впливу на мас-медіа.

Моделювання соціально-комунікаційних процесів та явищ, до кола яких входить система мас-медіа, в умовах громадянського суспільства є вагомим компонентом соціального управління. Цілеспрямованість моделювання в річищі процесів соціального управління реалізується в здатності усвідомлено формулювати мету діяльності, зумовлену суспільними інтересами і потребами, знаходити адекватні форми і засоби її досягнення та прогнозувати результати здійсненого впливу.

Мас-медіа оперують цілком достатнім організаційним, творчим, технологічним потенціалом для забезпечення цілеспрямованого впливу на соціальні відносини, структури, процеси, що поєднують соціальні групи під час забезпечення їхніх інтелектуальних, матеріальних, соціальних, духовних і, зокрема, інформаційних потреб. Моделювання мас-медійної діяльності розглядається як цілеспрямований процес, який поєднує творчі, інтелектуальні та мотиваційні компоненти учасників комунікаційної взаємодії. Моделі соціально-комунікаційних систем підвищують ступінь прогнозованості, передбачуваності розвитку досліджуваних об'єктів, а також дають підстави для формулювання науково обґрунтованих, аргументованих рекомендацій щодо скерування суспільних явищ у визначеному моделюванням напрямі.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження безпосередньо здійснене в межах комплексної науково-дослідної теми «Журналістська етика» (номер державної реєстрації 0108U008428) та «Телевізійні жанри» (номер державної реєстрації 0112U005931) кафедр теорії і методики журналістської творчості та реклами і мови ЗМІ факультету журналістики Міжнародного економіко-гуманітарного університету імені академіка Степана Дем'янука (м. Рівне), аспіранткою якого є авторка дисертації.

Мета дослідження полягає в розробленні концептуальної моделі носіїв науково-популярного контенту, яка втілює його функціональні характеристики.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі *завдання*:

- визначити поняття та технологічні особливості SWOT-аналізу носіїв науково-популярного контенту;
- розробити функціональну модель носія науково-популярного контенту;
- охарактеризувати журнали як джерело формування концепції науково-популярного контенту;
- сформулювати методологію маркетингових та контентних характеристик носіїв науково-популярного контенту;
- сформулювати аналітичну базу моделювання;

- розробити концептуальну модель носія науково-популярного контенту;
- перевірити адекватність моделі.

Об'єктом дослідження є носії науково-популярного контенту.

Предметом дослідження є концептуальна модель носіїв науково-популярного контенту.

Джерельна база дослідження – журнали «National Geographic Magazine» та «Зелені Карпати».

Хронологічні межі дослідження – 1888 – 2016 роки.

Ступінь наукового опрацювання проблеми. У наукових виданнях питання моделювання інформаційних ресурсів певних типів представлено нечисленно, переважно розглядаються окремі аспекти методології дослідження різних типів видань, які у випадку їх систематизації та узагальнення могли б розвинути в певну модель. Актуальним аспектом дослідження типологічних особливостей мас-медіа, форм поширення інформації є вивчення ефективності впливу медіа на суспільну свідомість. Різун В.В. вивчає вплив медіа в системі соціальних комунікацій. Лавриш Ю.С. аналізує методологію дослідження соціальної комунікації нових українських медіа на основі моделі «Церква – нові медіа – суспільство». Горбенко Г.В. вивчає методи оцінювання та шляхи підвищення ефективності соціальної реклами, вказуючи на те, що в теорії та практиці реклами не сформувалися єдині погляди на її ефективність, спостерігається відсутність об'єктивних і комплексних оцінок ефективності соціальної реклами. Такий стан автор пов'язує головним чином з відсутністю науково-методологічного підходу до оцінки ефективності соціальної реклами. Бондаренко Т.О. досліджує стан наукової популяризації у вітчизняному медіа просторі, розглядає специфіку подання науково-популярних тестів у друкованих та електронних ЗМІ, виявляє негативні та позитивні сторони у висвітленні цієї тематики, а також пропонує засоби підвищення її популярності в мас-медіа. Дослідник виголошує, на наш погляд, дискусійну думку про негативну тенденцію розвитку концепції науково-популярних видань природничого характеру, коли в умовах комерціалізації ці журнали поступово втрачають свої функції, віддаючи значні обсяги видань розважальним матеріалам з великою кількістю фотографій, а також статей про туристичні об'єкти. Водночас вчений вважає, що, зважаючи на це, трансформаційні процеси в сучасних медіа, які займаються науковою проблематикою, а також шляхи її ефективної популяризації серед широких верств населення є перспективним напрямом подальших соціально-комунікаційних досліджень.

Зелінська Н.В. захищає жанр наукової публіцистики, в основі якого лежить принцип популяризації. Надаючи значну увагу науковій публіцистиці як типу та ментальноутворюючому феномену, Зелінська Н.В. детально вивчає типологічні та контентні характеристики української наукової періодики.

Філоненко Д.В., вивчаючи науково-популярну періодику в Україні, звертає увагу на традиції та інновації, характерні теоретичним та практичним чинникам носіїв науково-популярного контенту. Автор досліджує не лише проблемно-тематичні, але й конкретні закономірності подання інформації в різних типах

науково-популярних ЗМІ. Особливу увагу автор надає проблемам термінологічних бар'єрів як чинника наповнення науково-популярних видань.

Гусак О.О. надає значну увагу проблемі опрацювання науково-популярного контенту. Зазначаючи, що саме професійна адаптація текстів до необхідного рівня аудиторії призводить до максимально коректного розуміння аудиторією контенту, авторка вважає, що таким професійним адаптером повинен бути редактор. Науковець аналізує роботу редактора на матеріалах інтернет-ЗМІ.

Українські дослідники вивчають у різних аспектах питання наповнення контенту мас-медіа та його вивчення, що закладає методологічну базу для моделювання процесу популяризації наукових знань. Шульгін В.І. досліджує проблеми моделювання механізму формування інформативності текстово-дискурсних систем. Зражевська Н.І. досліджує використання семіотичного методу в аналізі медіакультури. Кондрико А.А. виокремлює основні особливості функціонування наративів у контенті інтернет-медіа, сформулював та апробував типологію особистісних наративів за інформаційною ознакою та узагальнив закономірності використання особистісних наративів у електронному дискурсі. Ковальова Т.В. розглядає місце та функції деталей в подорожніх нарисах, надрукованих у журналі. Сучасний контекст розвитку інформаційного простору та еволюційні зміни, пов'язані з впровадженням інформаційних та комунікаційних технологій, визначає предмет наукових досліджень Виговської Н.А. щодо передумов виникнення конвергентних мас-медіа в реаліях розвитку сучасного суспільства. Дослідження Бужинської Ю.О., присвячене формуванню основних методологічних підходів до створення типологічної характеристики журнальних ділових видань, розширює горизонти сфер моделювання системи сучасних мас-медіа.

Наступна група публікацій присвячена дослідженню моделей певних видів носіїв науково-популярного контенту. Зеленюк Ю.О. вивчає параметри такого сегмента українського медіа ринку як журнали-травелоги. Вчений зазначає, що журнали-травелоги є перспективним напрямом у сучасній журналістиці, а тому вивчення типів та моделей таких видань, а також видавничих стратегій провідних медіахолдингів є актуальним. Автор розглядає моделі розвитку медійного ринку в сегменті журналів-травелогів.

Технології моделювання в сфері соціальних комунікацій опираються на розроблені узагальнені моделі обміну інформації, до яких належать:

по-перше, моделі, побудовані на взаємозв'язку тексту і комунікації:

- інформаційно-технічні моделі комунікації (Серажим К., Вівер У., Шенон К., Колмогоров А.);

- семіотичні моделі тексту, дискурсу (Греймас А., Лотман Ю., Почепцов Г., Шингарьова О.);

- прагмалінгвістичні моделі дискурсу (Атанян Є., Сусов І., Шевченко І.);

- діалогічна модель комунікаційної ситуації (Бахтін М., Селиванова О.);

по-друге, моделі, побудовані за принципом руху інформації:

- лінійні моделі, в яких комунікаційний процес лінійно спрямований від адресанта до адресата (Лассвелл Г., Шенон К., Якобсон Е., Лотман Ю.);

- інтерактивні моделі, в основі яких лежить активність усіх учасників за рахунок зворотного зв'язку (Бахтін М., Барт Р., Шпет Г.);
- трансактивні моделі, в основі яких лежить одночасна участь у комунікаційному процесі кількох комунікаторів (Шрамм В.);
- узагальнена модель, яка розглядає комунікацію як поєднання обміну інформацією та соціально-психологічну взаємодію (Попов Є.).

Грунтовне осмислення теоретичних засад моделювання представлено в працях Ланде Д.В., Фурашева В.М., Юдкова К.В., які сформували систему теоретичних знань щодо методології і методики професійної діяльності з інформаційного та соціально-правового моделювання, прогнозування, проектування. Висвітлено особливості реалізації наявних моделей в соціально-правовій сфері, зокрема такі, що є актуальними для масово-комунікаційної діяльності: моделювання переваг груп людей, моделювання політики закритих режимів, модель електорального процесу, модель управління репутацією, модель боротьби з корупцією.

При цьому практично не розробленими в соціальних комунікаціях залишаються проблеми аргументації та розробки концептуальної моделі носіїв науково-популярного контенту, яка втілює його функціональні характеристики. Це підкреслює актуальність цього дослідження.

Методи дослідження. При проведенні дослідження ми послуговувались такими методами наукового пізнання, як наліз, синтез, статистичний та описовий. Метод аналізу використовувався для виявлення змістовних та композиційних характеристик наукового журналу; метод синтезу – для виявлення вагомості текстової, ілюстративної та картографічної інформації при формуванні контенту наукового журналу; статистичний метод – виявлення узагальнювальних кількісних параметрів ілюстративного та картографічного матеріалу; описовий метод – для представлення та обґрунтування результатів дослідження.

Також було використано порівняльно-історичний, аналітичні методи класифікації та групування, методи моделювання, форсайту та SWOT-аналізу. Порівняльно-історичний метод використовувалися з метою аналізу та систематизації даних щодо становлення та розвитку науково-популярного контенту. Класифікація та групування використовувалися для конкретизації тематичних та типологічних особливостей науково-популярного контенту. Метод порівняння застосовувався для виявлення спільних і відмінних рис різних моделей носіїв науково-популярного контенту.

Метод моделювання використовується для створення моделі носія науково-популярного контенту з метою дослідження його стилістично-типологічних і функціональних характеристик, а також розроблення концепції управлінських рішень.

Метод моделювання опирається на застосування інструментарію соціо-економічного методу форсайт, що дає можливість передбачити та ідентифікувати зони стратегічного дослідження та здійснити перспективне сценарне прогнозування розвитку носія науково-популярного контенту.

Використання форсайту розкриває можливості досягти найбільших соціально-комунікаційних та економічних вигод.

Обрання форсайту як базового методу моделювання носія науково-популярного контенту зумовлено тим, що він є значно більш комплексним підходом, аніж традиційне прогнозування. Метод форсайт обрано через те, що він дає змогу:

- оцінити перспективи інноваційного розвитку носія науково-популярного контенту під впливом науково-технічного прогресу, передбачити досягнення якісних та кількісних результатів за умови використання певних засобів масово-комунікаційної діяльності та організації праці;

- врахувати результати залучення багатьох експертів з усіх сфер діяльності, пов'язаних із розвитком носія науково-популярного контенту (журналістів, дизайнерів, фотографів, маркетологів, філологів, вузьких спеціалістів-науковців та аматорів для консультативної діяльності);

- передбачити обов'язкове прикладне застосування розробленої моделі розвитку носія науково-популярного контенту;

- перевіряти адекватність моделі шляхом зіставлення прогностичних результатів із результатами опитування цільової аудиторії, яка є безпосереднім споживачем змодельованого науково-популярного інформаційного продукту.

Крім того, метод форсайту дає змогу активізувати творчий потенціал авторського та адміністративного колективу, враховуючи особистісні та психологічні налаштування учасників проекту. Застосування методу форсайту, який не є традиційним для сфери соціальних комунікацій, перебуває в руслі сучасних тенденцій імплузії (стирання чітких меж та опозицій) галузевого розмежування методів дослідження. На думку науковця Соколова А.В., форсайт зарекомендував себе як найбільш ефективний інструмент вибору пріоритетів у сфері науки і технологій, а в подальшому – і стосовно до більш широкого кола проблем соціально-економічного розвитку.

Для моделювання носія науково-популярного контенту обрано метод SWOT-аналізу, який входить до інструментарію форсайту. Метод SWOT-аналізу використовується для формування аналітичної бази моделювання шляхом виявлення наявних питомих внутрішніх та зовнішніх характеристик носія науково-популярного контенту, а також для синтезу з метою конструювання стратегій його розвитку.

Під час застосування методу SWOT-аналізу знайшли своє застосування також інші методи:

- метод абстрагування використовується для переходу від конкретних прикладних досліджень до теоретичних висновків, а саме: абстрагування використовується для переосмислення характеристик реального носія науково-популярного контенту та виділення на їхній основі абстрагованих характеристик, які можуть бути використаними для побудови теоретичної концептуальної моделі носіїв науково-популярного контенту;

- метод узагальнення використовується для переходу від окремих фактів, явищ до створення узагальнених суджень, які становлять основу концепції,

теорії, а саме: окремі, розрізнені характеристики носіїв науково-популярного контенту набувають вигляду структурованої концептуальної моделі;

- метод соціологічного опитування, яке передбачає вивчення думки цільової аудиторії як виразника інформаційних потреб.

Етапи моделювання. Моделювання носія науково-популярного контенту проводився у вісім етапів:

- 1) етап визначення мети моделювання;
- 2) етап визначення сутнісних та типологічних характеристик моделі;
- 3) етап визначення структури і ступеня деталізації елементів моделі;
- 4) етап формування аналітичної бази моделювання;
- 5) етап стратифікації вхідних та вихідних характеристик моделі;
- 6) етап побудови інформаційної моделі;
- 7) етап встановлення та опису взаємозв'язків між елементами моделі;
- 8) оцінка адекватності моделі.

Гіпотеза дослідження. Носій науково-популярного контенту розглядаємо як складну систему, оскільки він за своїми цільовими та аудиторними типологічними ознаками є багатокomпонентним об'єктом, що органічно поєднує функції наукового, навчального, популярного джерела інформації та якнайповніше з усіх інших типів та видів носіїв контенту представляє процеси конвергенції. Носії науково-популярного контенту активно функціонують в інформаційному просторі, який можна представити як комунікаційне середовище – складну систему з комплексом зв'язків інформаційних джерел і перетворювачів між собою, що впливають один на одного залежно від рівня сприйняття генерованих і перетворюваних ними окремих інформаційних повідомлень.

Серед численних ознак складної системи для моделювання носія науково-популярного контенту актуальними є відкритість системи та здатність до самоорганізації. Тому побудова концептуальної моделі носія науково-популярного контенту передбачає виявлення і номінацію усіх істотних компонентів системи, встановлення меж їхніх значень, ідентифікація найбільш суттєвих чинників, залежностей, особливостей та закономірностей. Дослідження моделі передбачає вивчення функціональності системи, в межах якої існування тісних взаємозв'язків між її підсистемами виявляється у зміні вихідних її характеристик під впливом вхідних.

Наукова новизна одержаних результатів зумовлена новітніми підходами до аналізу проблеми функціонування науково-популярних видань у соціальних комунікаціях.

При розв'язанні поставлених завдань у дисертації
вперше в соціальних комунікаціях:

- проаналізовано історичні етапи розвитку контенту журналу «National Geographic Magazine»;
- визначено критерії популяризації наукового та політичного контенту публікацій в журналі «National Geographic Magazine»;
- визначено поняття «квазіприсутність аудиторії»;
- здійснено SWOT-аналіз носіїв науково-популярного контенту;

- побудовано функціональні моделі носіїв науково-популярного контенту;
- проведено соціологічне дослідження щодо використання учнями та студентами науково-популярних джерел;

удосконалено:

- наукові підходи до визначення адекватності сприйняття аудиторією науково-популярного контенту;

набули подальшого розвитку:

- теоретичні дослідження функціонування науково-популярного контенту в соціальних комунікаціях.

Теоретичне значення дисертації полягає в розробленні теоретичних аспектів популяризації наукового та політичного навантаження публікацій в носіях науково-популярного контенту та SWOT-аналізу носіїв науково-популярного контенту, теоретичному опрацюванні функціональної моделі носіїв науково-популярного контенту, засад перевірки адекватності цієї моделі.

Практичне значення дисертації полягає в тому, що матеріали дисертації можуть бути використані при викладанні дисциплін спеціальності 061 Журналістика галузі знань 06 Журналістика.

Апробація роботи. Основні положення та результати дослідження представлено та обговорено на одинадцятьох наукових конференціях: Міжнародна наукова конференція «Українські медіа в європейському інформаційно-комунікаційному просторі: історія, стан, перспективи» (Україна, місто Ужгород, 2014 рік); Всеукраїнська науково-практична конференція «Український соціум та медіа: динаміка взаємодії (2010-2015)» (Україна, місто Київ, 2015 рік); IV Міжнародна наукова конференція «Інформація, комунікація, суспільство (ІКС-2015)» (Україна, міста Львів – Славське, 2015 рік); VI Всеукраїнська науково-практична конференція молодих науковців «Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи» (Україна, місто Луцьк, 2015 рік); Всеукраїнська науково-практична конференція «Комунікаційні стратегії сучасної школи» (Україна, місто Київ, 27–28 листопада 2015 рік); XXII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття в країнах Європи та Азії» (Україна, місто Переяслав-Хмельницький, 2016 рік); XXII Міжнародна науково-практична конференція з проблем функціонування і розвитку української мови «Мова. Суспільство. Журналістика» (Україна, місто Київ, 8 квітня 2016 рік); Всеукраїнська науково-практична конференція «Перспективні напрямки дослідження українського медійного контенту: фундаментальні та прикладні аспекти» (Україна, місто Київ, 7 квітня 2016 рік); V Міжнародна наукова конференція «Інформація, комунікація, суспільство (ІКС-2016)» (Україна, міста Львів – Славське, 2016 рік); Scientific and Professional Conference «Actual Problems of Science and Education (APSE – 2016)» (Угорщина, місто Будапешт, 31 січня 2016 рік); Всеукраїнська науково-практична конференція «Актуальні проблеми сучасного мас-медійного простору» (Україна, місто Херсон, 12–13 вересня 2016 рік).

Публікації. Основні положення і результати викладено в 15 публікаціях авторки (одноосібних – 14), із них: 6 статей в провідних наукових фахових

журналах і збірниках наукових праць, затверджених ВАК України, 1 стаття в закордонному виданні та 8 тез конференцій.

Особистий внесок здобувача. Дисертаційне дослідження, автореферат та чотирнадцять публікацій, в яких оприлюднено основні положення наукової роботи, виконані здобувачем самостійно. Одна стаття виконана в співавторстві з М. Перун. У цій статті здобувачем проаналізовано кількісні та якісні показники використання науково-популярних інформаційних ресурсів у навчальному процесі.

Структура дисертації. Структура дослідження зумовлена поставленими цілями і завданнями. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, що містять свої підрозділи, висновків і списку використаних джерел (126 позицій). Дисертація містить 23 таблиці та 9 рисунків. Обсяг основного тексту роботи – 186 сторінок, загальний обсяг – 201 сторінка.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У «**Вступі**» обґрунтовано актуальність теми, визначено зв'язок роботи з науковими програмами, планами і темами Міжнародного економіко-гуманітарного університету імені Академіка С. Дем'янчука, стисло описано джерельну, теоретико-методологічну бази, вказано хронологічні межі дослідження. Також зазначено мету і завдання, об'єкт, предмет і методи дослідження, наведено наукову новизну, вказано практичне значення роботи, особистий внесок здобувача, апробацію результатів дослідження. Наведено кількість публікацій, визначено структуру та обсяг роботи.

У розділі 1. «**Прогнозування організаційних та творчих характеристик носіїв науково-популярного контенту**» аналізуються теоретичні засади SWOT-аналізу носіїв науково-популярного контенту, елементи техніки SWOT-аналізу носіїв науково-популярного контенту та функціональні моделі носіїв науково-популярного контенту.

Матеріал підрозділу 1.1. «*Теоретичні засади SWOT-аналізу носіїв науково-популярного контенту*» присвячено аналізу основних концептів моделювання носія науково-популярного контенту. Зазначається, що в основі цієї концепції є положення про те, що успішне функціонування та конкурентоздатність носія контенту є результатом стратегічного проектування як механізму соціального управління. Щодо вимог до концептуальної моделі носія науково-популярного контенту, то сама модель розробляється відповідно до комплексу вимог, які у своїй сукупності становлять єдине ціле. Методологія моделювання передбачає створення концептуальної моделі носіїв науково-популярного контенту.

Відзначено, що аналітичний матеріал, отриманий на основі проведення SWOT-аналізу, дасть можливість сформулювати проміжну модель, яка в своїй структурі повинна містити три основних компоненти: сукупність напрямків розвитку об'єкта пізнання; спонукальні сили розвитку; чинники зовнішніх впливів. Такою проміжною моделлю, яка надасть усю сукупність характеристик концептуальної моделі розвитку носія науково-популярного контенту, є матриця SWOT-аналізу діяльності реального носія науково-популярного контенту.

Матеріал підрозділу 1.2. «Техніка SWOT-аналізу носіїв науково-популярного контенту» розглядає отримання аналітичних відомостей для побудови моделі популяризації наукових знань, яка б давала змогу створити конкурентоспроможне періодичне науково-популярне видання, як головну мету проведення SWOT-аналізу журналу. Для цього слід вибудувати стратегію його просування на ринку інформаційних товарів і послуг.

Припускається, що такі внутрішні характеристики діяльності науково-популярного журналу, як цікавість, актуальність, високий науковий та художній рівень, мають прямий або опосередкований вплив на маркетингові перспективи журналу. Тому використання методики SWOT-аналізу, яка застосовується щодо вивчення діяльності бізнес-структур, є економічно обґрунтованим та виправданим при аналізі носіїв науково-популярного контенту. Відповідно до методики SWOT-аналізу, виділено основні характеристики діяльності науково-популярного екологічного журналу «Зелені Карпати», а в їхніх межах – внутрішні переваги і недоліки контенту та його зовнішні можливості і загрози. На основі результатів SWOT-аналізу науково-популярного журналу «Зелені Карпати», який реально функціонує в системі соціальних комунікацій, встановлено потенційні переваги та недоліки діяльності цього носія науково-популярного контенту та розроблено комплекс заходів, спрямованих на його розвиток. Використання результатів SWOT-аналізу дає можливість реалізувати такі принципи моделювання, як конкретність та прагматичність, оскільки розроблена на його основі модель ґрунтується на відтворенні властивостей реального об'єкта дослідження і може бути в ньому відтворена, але на якісно новому рівні.

Матеріал підрозділу 1.3. «Функціональні моделі носіїв науково-популярного контенту» містить аналіз ключових ознак цих моделей. Виділяються таблична (використовує сформовану під час SWOT-аналізу матрицю; шляхом абстрагування генерує систему стратегічних принципів, які покладено в основу побудови концептуальної моделі носія науково-популярного контенту; відображає суттєві характеристики політики його створення, функціонування та розвитку) та графічна концептуальна (відображає базові і варіативні принципи стратегічного планування розвитку носія науково-популярного контенту; унаочнює систему взаємозв'язків між ними як єдиного цілого та визначає ступеневість потенціалу посилення базових принципів варіативними) моделі.

Зазначається, що моделі уособлюють відкриту складну систему, яка перебуває в стані постійної інформаційної взаємодії (обміну) із зовнішнім середовищем (технологічні, освітні, культурні, політичні, соціально-економічні фактори). Водночас, ця відкрита система характеризується здатністю до самоорганізації, яка полягає у внутрішній модифікації системи без впливу зовнішнього середовища. Така самоорганізація досягається за рахунок існування ланки зворотного зв'язку між керівною та керованою підсистемами. А тому найбільший потенціал розвитку носія науково-популярного контенту криється в реалізації принципу «читафоцентризму», який забезпечує відповідність концепції носія науково-популярного контенту інтегрованій моделі, яка в своєму еволюційному розвитку давала б змогу кожній категорії читачів задовольнити

свої інформаційні потреби. Результатом реалізації цього принципу має бути сегментація читацьких груп з вузькоспеціалізованими інформаційними потребами, що дозволяє управляти інформаційними потребами, смаками і звичками аудиторії і, водночас, модифікувати концепцію носія науково-популярного контенту відповідно до зміни інформаційних потреб аудиторії.

У розділі 2. **«National Geographic Magazine»: джерела формування концепції науково-популярного журналу»** аналізуються історичні віхи розвитку контенту журналу, науковий та політико-ідеологічний дискурс популяризації.

Матеріал підрозділу 2.1. *«Історичні віхи розвитку контенту журналу»* містить аналіз періодизації становлення та розвитку контенту видання. Виділяються етапи розвитку контенту журналу, протягом яких концепція видання мала чітко виражений той чи інший характер. Йдеться про зв'язок змісту текстового та ілюстративного матеріалу як зі суспільно-політичними подіями в світі, так і з іменами державних діячів, редакторів, авторів, фотографів та політиків. Проаналізовано роль провідних журналістів та вчених у формуванні концептуальних підходів до популяризації контенту.

Матеріал підрозділу 2.2. *«Науковий дискурс популяризації»* присвячено вивченню проблеми трансформації функціонального призначення журналу. Зазначено, що ця трансформація найбільш чітко простежується в дослідженні принципів відбору і подання інформації. Відзначено тісний зв'язок тематичного наповнення журналу з національними проблемами; цей принцип наповнення контенту завжди був ключовим у поданні інформації протягом усього існування журналу. Уже в перші роки свого існування «National Geographic Magazine», діючи в руслі мети і завдань організації-фундатора, одночасно виступав і як науковий, і як політичний орган.

Виділяються ключові ознаки наукового дискурсу популяризації. Це, зокрема, часта зміна читацького призначення журналу, концепції та профілю тематичного наповнення контенту журналу при сталій універсальності подання контенту. Подано конкретні проблемно-тематичні характеристики публікацій.

Матеріал підрозділу 2.3. *«Політико-ідеологічний дискурс популяризації»* присвячено аналізу наскрізних рис розвитку контенту журналу протягом багатьох десятиліть з погляду дотримання ним певних чинників світосприйняття. Зокрема, виділено такі політико-ідеологічні чинники контенту: американоцентризм, нетолерантність до тоталітарних режимів, зорієнтованість на поширення демократичних цінностей, елітність автури. Подано конкретні приклади втілення політико-ідеологічного дискурсу популяризації контенту.

Зокрема, зазначено, що Україну вперше представив на сторінках «National Geographic Magazine» відомий публіцист Невін Отто Вінтер у 1918 році. Зацікавлення Н.О. Вінтера самотністю України та долею її народу було настільки вагомим, що ця тема не зникає з кола його досліджень і після проголошення 22 січня 1918 року Української Народної Республіки. Пізніше до української проблематики звертається все більше авторів.

У розділі 3. **«Моделювання функціональності науково-популярного контенту»** аналізуються аспекти співвідношення текстового та ілюстративного

контенту в журналі, перевірки адекватності функціональних моделей носіїв науково-популярного контенту та подається характеристика емпіричної бази моделювання популяризації науково-технічних знань в українських мас-медіа.

Матеріал підрозділу 3.1. *«Співвідношення текстового та ілюстративного контенту в журналі»* присвячено аналізу історичного розвитку різних видів контенту. Зазначається, що з початку 1896 року «National Geographic Magazine», набувши статусу ілюстрованого місячника, інформував не тільки про назви статей, але й про наявність ілюстративного матеріалу, створеного фотомеханічним або фотохімічним способами: фронтисписів, ілюстрацій, карт, діаграм, портретів, які візуалізували текстові матеріали. Відтоді вдосконалювалася структура та чинники поєднання різних видів контенту – зокрема, зв'язок із текстом усіх видів ілюстративного матеріалу. З 1898 року «National Geographic Magazine» розпочав випускати спеціальні номери, які містили матеріали двох видів: текстово-орієнтовані (з ілюстраціями та картами) та збірки ілюстрацій. Проаналізовано специфіку підготовки та візуалізації обкладинки видання. Особливу увагу надано аналізу причин небувалих обсягів накладу.

Матеріал підрозділу 3.2. *«Перевірка адекватності функціональних моделей носіїв науково-популярного контенту»* присвячено встановленню відповідності характеристик реального об'єкта результатам, досягнутим за допомогою моделювання. Успішність моделювання визначається рівнем адекватності розробленої моделі. Високий рівень адекватності забезпечується використанням максимально широкого кола показників, параметрів, критеріїв. Звернуто увагу на парадокс: підвищення адекватності моделі призводить до її значного ускладнення, що значною мірою нівелює призначення моделювання як інструмента оптимізації, полегшення дослідження видання.

Перевірка адекватності моделі є органічним компонентом алгоритму створення концептуальної моделі журналу, в якому вона виконує функцію забезпечення правильності та обґрунтованості прийнятих рішень щодо популяризації контенту, їхньої оптимізації шляхом врахування експертних висновків, порівняння з експериментальними даними. Таким чином, перевірка адекватності контенту позиціонується поза процесом моделювання, але становить невід'ємну умову його успішної реалізації в кожному числі видання.

Матеріал підрозділу 3.3. *«Емпірична база моделювання популяризації науково-технічних знань в українських мас-медіа»* подано у контексті соціально-політичних та економічних процесів, що супроводжують становлення України як демократичної соціально-правової держави із втіленням глобальної інформатизації, впровадженням комп'ютерних технологій в усі суспільні сфери. Соціально-політична та економічні процеси, що супроводжують становлення України як демократичної соціально-правової держави, глобальна інформатизація суспільства, впровадження комп'ютерних технологій в усі суспільні сфери актуалізують потребу в підготовці висококваліфікованих фахівців.

Представлено соціологічне дослідження «Використання учнями та студентами науково-популярних джерел», проведене авторкою за допомогою

анкетування в жовтні – листопаді 2015 року. Під час проведення соціологічного дослідження було використано сукупність цільової вибірки. Кількісна характеристика – 547 осіб. Описано мету, предмет, об'єкт завдання, методологічну базу і гіпотези соціологічного дослідження. Подано результати соціологічного дослідження.

ВИСНОВКИ

Носії науково-популярного контенту є вагомим компонентом в організації та забезпеченні навчального процесу. Типологічні характеристики різних науково-популярних джерел дозволяють диференціювати вплив на реципієнтів з метою реалізації плідної соціальної взаємодії.

Реалізація мети дослідження і виконання поставлених завдань є підставою для загальних висновків дослідження.

1. В основу моделювання було покладено принципи мас-медійної діяльності, які передбачають розвиток носіїв науково-популярного контенту не тільки шляхом використання традиційних форм і методів, але й застосування перспективних технологій на випередження. Такий підхід передбачає першочергове формулювання якісних характеристик майбутнього інформаційного продукту з подальшою селекцією найбільш ефективних технологій, які забезпечать досягнення його конкурентоздатності на інформаційному ринку. Інструментарій форсайту пропонує такі ефективні форми реалізації зворотного зв'язку, як підготування розробок за заданою тематикою експертними панелями, інтерв'ю з керівниками успішних медіа компаній, опитування тематичних фокус-груп, що дасть можливість уникати засилля застарілих, неефективних форм та підходів мас-медійної діяльності та здійснювати творчий стрибок носія науково-популярного контенту на якісно новому рівні.

Використання форсайт-методології у формуванні концептуальної моделі розвитку носіїв науково-популярного контенту дало можливість максимально повно врахувати особливості його стилістично-типологічних характеристик, що опирається на потенціал інтеграції журналістської майстерності, інноваційних маркетингових та інформаційних технологій.

Моделювання стратегічного розвитку носія науково-популярного контенту ґрунтується на врахуванні важливості міждисциплінарної сутності вимог до функціонування сучасного конкурентоздатного інформаційного продукту, що передбачає консолідацію зусиль фахівців різних напрямів при визначенні творчих, науково-технологічних та комерційних пріоритетів.

2. Стратифікація та ієрархізація базових принципів стратегічного розвитку відображає ключові компоненти концептуальної моделі носія науково-популярного контенту, які в своєму нерозривному діалектичному взаємозв'язку становлять творчий, комунікаційний, технологічний та комерційний каркас його побудови. Усі стратифіковані варіативні принципи мають безумовний вплив на базовий рівень функціонування носія науково-популярного контенту і можуть

бути застосовані для посилення усіх базових принципів. Водночас, ієрархічне рейтингування ілюструє сферу максимальної реалізації кожного варіативного принципу для посилення кожного з базових принципів.

Найвищим потенціалом володіє креативність з огляду на здатність посилювати всі базові принципи: і під час формування (модифікації) творчої концепції, і під час становлення та розвитку змістовно-художнього наповнення, і під час реалізації конвергенційних процесів. Це свідчить про те, що творчий підхід є необхідною компонентою успіху в усіх напрямках функціонування носія науково-популярного контенту, адже він спрямований на створення оригінальних, інноваційних форм і методів журналістської творчості, яка в своєму інтегрованому підсумку здатна породити якісно новий мас-медійний продукт.

Варіативні принципи другого ступеня посилення – сенсаційність та збалансованість – виявляють свій потенціал з огляду на свої апріорні характеристики, які винятково важливі для мас-медіа. Для сенсаційності властиво поєднання таких сутнісних характеристик, як безпрецедентність події чи явища, виключну дієвість матеріалу, здатність до світоглядної, соціально-політичної, ідеологічної консолідації суспільства і, водночас, принесення надприбутків у результаті публікації сенсаційних матеріалів. Збалансованість як кількісний показник співвідношення різних компонентів контенту (текст – ілюстрації, вітчизняна автура – зарубіжна автура, вітчизняна тематика – світова тематика, традиційні форми представлення контенту – інноваційні) забезпечує гармонійне висвітлення тематики носієм науково-популярного контенту та задоволення інформаційних потреб максимально можливого кола споживачів інформації.

3. Варіативні принципи третього ступеня посилення – квазіприсутність та інтерактивність – дають можливість апелювати до інтелектуальної та емоційної сторін сприйняття контенту читачем, викликаючи у нього не лише відчуття співучасті у висвітлених подіях, але й важливості його ролі у формуванні профілю носія науково-популярного контенту.

Варіативні принципи четвертого ступеня посилення – кватність автури, автентичність, контраверсійність, промоційність – поєднані здатністю активно впливати на різнобічне задоволення інформаційних потреб читача. Дотримання принципів кватності автури, автентичності, контраверсійності забезпечує, з одного боку, формування актуального, достовірного, цікавого, різноманітного, дискусійного контенту, а з іншого боку, виконання функцій носієм науково-популярного контенту поширювати наукові знання та формувати широкий світогляд читачів. Промоційність визначено як категорію багатозначну, адже спрямована на комерціалізацію діяльності носія науково-популярного контенту, опосередковано – на комерціалізацію наукової та освітньої діяльності.

Перевірка адекватності концептуальної моделі носія науково-популярного контенту свідчить про те, що вона повною мірою відповідає таким критеріям адекватності, як реалістичність, прогностичність, достовірність, точність, прагматичність, прогресивність. Адекватність концептуальної моделі носія науково-популярного контенту підтверджується експериментальними даними,

отриманими на основі соціологічного опитування. Порівняльний аналіз вихідних характеристик моделі і результатів соціологічного опитування свідчить про те, що принципи, закладені в основу концептуальної моделі носія науково-популярного контенту, дозволяють здійснювати стратегічне проектування функціонування реального мас-медіа.

Алгоритм моделювання, на основі якого побудована концептуальна модель носія науково-популярного контенту, може бути застосований для проектування і прогнозування діяльності реальних носіїв науково-популярного контенту різних типів. Слід врахувати, що модель може бути модифікована зі зміною мети, методів і прийнятих критеріїв моделювання, проте обґрунтованість моделі вимагає збереження загального алгоритму проектування.

4. «National Geographic Magazine», пройшовши тривалий шлях свого розвитку як бренд наукового, а згодом відомого на весь світ науково-популярного журналу, створив сучасний стиль подання ілюстрованого контенту. Виконуючи функції офіційного наукового журналу Національного географічного товариства, журнал набув авторитету і ваги в наукових колах, що в поєднанні з реалізацією новаторських засад редакційної політики Г. Гросвенора дозволило вже до 1910 року створити авторитетне видання для популяризації наукових знань з географії, природознавства, історії, культури різних народів, різних цивілізацій планети.

Поширення фотографії, зокрема кольорової, створило технічні передумови для широкого застосування візуального супроводу наукових статей ілюстративним матеріалом, що сприяло поступовій трансформації суто наукового журналу в науково-популярний. Ілюстрації робили привабливим журнал як для цільової аудиторії, так і для широких читацьких кіл. Із 1905 року на сторінках журналу регулярно друкуються кольорові ілюстрації і карти, зокрема, в повний аркуш. У 1909 році кількість ілюстрованих статей фотографіями, картами становила вже до 85%, до 1920 року – 100%. Текстова та образотворча, картографічна інформація стали повноправними компонентами контенту журналу, які відтворювали знання про навколишній світ своїми спеціальними засобами збереження і передавання інформації: знаки тексту передавали зорові коди звуків, ілюстрації були візуальними аналогами навколишнього світу.

До межі першого десятиліття ХХ століття окреслилася стабільна тенденція зміни «National Geographic Magazine» як наукового видання щодо знакової природи подання науково-природничих знань: від текст-орієнтованого документа до візуалізованого засобами образотворчого мистецтва та картографії наукового матеріалу. Було закладено підвалини стилю наукового журналу як джерела достовірної текстової інформації, аргументованої і підтвердженої широким поданням різноманітної візуальної інформації.

5. Загалом, можемо вести мову про такі новації «National Geographic Magazine».

А. Обрання тематики, актуальної на національному та світовому рівні. «National Geographic Magazine» сформувався як джерело інформації національного рівня, поєднавши географічну науку з національним імперативом

– комерційною, політичною, військовою експансією США. Ця модель комунікаційної взаємодії журналу і федерального уряду, суспільства загалом збережеться протягом усього ХХ століття.

Б. Трансформування функціональних характеристик. «National Geographic Magazine» виявив здатність експериментувати, поєднавши імперативи науки та здатність задовольняти інтереси широких читацьких верств популярним та привабливим викладом інформації.

В. Використання традиційних і впровадження нових технологій ілюстрування текстового матеріалу, зокрема фотографування. «National Geographic Magazine» надавав винятково важливого значення ілюстрації (фотографії, карті, гравюрі) як важливому компоненту контенту журналу, що набув ознак відмінної риси журналу в ХХ столітті. Сміливе, цілеспрямоване використання в науковому журналі ілюстративного матеріалу, уникаючи надмірно теоретичного, сухого викладу інформації, знаходило схвальний резонанс серед читачів. На думку американської дослідниці Сюзан Шультен, фотографічна традиція в журналі розпочалося як спосіб продемонструвати міць місії Америки за кордоном.

Г. Залучення до співпраці новаторів – кращих авторів, журналістів, фотографів національного та світового рівня – зумовило формування і розвиток журналу як міжнародного мегавидання.

Ґ. Розширення трактування меж географії, вийшовши за рубежі фізичного буття Землі й включивши до сфери її впливу не тільки природознавчі науки, але й соціально-політичне та економічне життя людства. Контент журналу демонстрував зміщення цілей журналу з географії Землі на географію людини.

Д. Перехід від окремих публікацій до формування моделі підготування і подання актуального матеріалу з використанням усього арсеналу журналістських засобів: оприлюднення цілої серії публікацій певної тематики для підтримання інтересу читачів (про філіппінсько-американський воєнний конфлікт опубліковано 34 статті); широке ілюстрування текстового матеріалу гравюрами, фотографіями, картами; пошук професійних фотографів, придбання ілюстрацій для власного використання, картографування актуальних територій членами товариства.

6. Науково-популярні видання та електронні ресурси є вагомим компонентом в організації та забезпеченні навчального процесу. Типологічні характеристики різних науково-популярних джерел дозволяють диференціювати вплив на реципієнтів з метою реалізації плідної соціальної взаємодії. Переваги домінування в інформаційному просторі досягаються шляхом успішної соціальної взаємодії, здійснюваної ЗМІ при реалізації комунікаційного акта. Сфера освіти є широким полем реалізації потенціалу науково-популярного типу документів, одними із найвагоміших принципів якого є документальність та фактологічність.

У задоволенні інформаційних потреб, що формуються під час навчання студентів у вищих навчальних закладах, можуть відіграти суттєву роль освітні, науково-популярні програми, передані через електронні ЗМІ чи Інтернет-ЗМІ, чи інші інформаційні ресурси, насамперед, зі сфери суспільних та природничих

наук. Вони мають значний науковий, освітній потенціал, що може становити неабиякий інтерес для цільової аудиторії – студентської молоді. Однак, науково-популярний та навчальний сегмент в українських мас-медіа представлений дуже нечисленно. Переважно, це розвідки з актуальної історичної, політологічної, соціологічної тематики.

7. Для подальшого моделювання навчального інформаційного середовища важливо врахувати потужний ресурс науково-популярних джерел, який варто цілеспрямовано формувати як документну систему, призначену для задоволення навчальних, освітніх інформаційних потреб, використовуючи уже напрацьовані методики.

В українському суспільстві, зокрема, в молодіжному студентському середовищі, чітко окреслилася потреба в насиченні мас-медійного простору якісним та актуальним науково-популярним контентом, який матиме багатофункціональне призначення. Такий контент гостро запотребований і в навчанні студентської молоді, і в самоосвіті, і в просвітницькій діяльності серед широких кіл споживачів інформації. Особливо актуальним і суспільно вагомим є питання створення і поширення доступних науково-популярних видань, інформаційних ресурсів українською мовою.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті в наукових фахових виданнях України

1. Петрушка А.І. Спеціальні знання в структурі компетентності фахівців в мас-медійній діяльності як вияв конвергенції / А.І. Петрушка // Наукові записки Інституту журналістики / КНУ ім. Т. Шевченка. – Київ, 2014. – Т. 56. – С. 244–251.

2. Петрушка А.І. Функціональність інформації як чинник популяризації знань мас-медіа / А.І. Петрушка // Теле- та радіожурналістика: зб. наук. праць. – Львів : Львів. нац. ун-т ім. І.Франка, 2016. – Вип. 15. – С. 53–57.

3. Петрушка А.І. Журнал «National Geographic» як чинник візуалізації текстового матеріалу / А.І. Петрушка // Держава та регіони: наук.-виробн. журн. – Запоріжжя, 2016. – № 1. – С. 103–107. – (Серія «Соціальні комунікації»).

4. Петрушка А.І. Чинники еволюції концепції подання інформації в журналі «National Geographic» / А.І. Петрушка // Образ : наук. журн. / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики, Сум. держ. ун-т. – Суми : Вид-во СДУ, 2016. – Вип. 1 (19). – С. 125–133.

5. Петрушка А.І. Візуалізація текстової інформації в науковому журналі / А.І. Петрушка // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. – Київ, 2015. – Вип. 22. – С. 24–30. – (Серія «Журналістика»).

6. Петрушка А.І. Засоби масової інформації України напередодні парламентських виборів 2012 року / А.І. Петрушка // Наукові записки Інституту журналістики / Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. – Київ, 2015. – № 59. – С. 9–16.

Закордонні періодичні видання

7. Петрушка А.І. Фотомистецтво Г. Хільденбранда в контексті розвитку феномену «National Geographic» / А.І. Петрушка // Science and Education a New Dimension. – Budapest, 2016. – P. 58–61.

Матеріали, тези конференцій

8. Петрушка А.І. «National Geographic Magazine»: джерела формування концепції науково-популярного журналу / А.І. Петрушка // Український соціум та медіа: динаміка взаємодії (2010–2015) : матеріали всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 2 квітня 2015 р.). – Київ: Інститут журналістики, 2015. – С.134–137.

9. Петрушка А.І. Інтерпретаційні ресурси засобів масової інформації в Україні / А.І. Петрушка // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи : наук.-практ. журн. – Луцьк, 2015. – № 7–8(6). – С.21–26.

10. Петрушка А.І. Медіавпливи на електоральні потреби виборців в Україні / А.І. Петрушка // Інформація, комунікація, суспільство : матеріали 4-ї міжнар. наук. конф. ІКС-2015, 20–23 травня 2015 року (м. Львів – Славське) / НУ «Львівська політехніка». Каф. соціальних комунікацій та інформаційної діяльності. Каф. інформаційних систем і мереж. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2015. – С. 110–111.

11. Петрушка А.І. Науково-популярна періодика в навчальному процесі / А.І. Петрушка // Матеріали XXII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття у країнах Європи та Азії» : зб. наук. пр. – Переяслав-Хмельницький, 2016. – С. 237–240.

12. Петрушка А.І. Функціонально-стильова диференціація використання абсолютних термінів-синонімів в ЗМІ / А.І. Петрушка // Мова. Суспільство. Журналістика : зб. матеріалів XXII міжнар. наук.-практ. конф. з проблем функціонування і розвитку української мови (Київ, 8 квітня 2016 року). – Київ : Видавець Паливода А.В., 2016. – С. 88–94.

13. Петрушка А.І. Передвиборне функціонування мас-медіа в Україні / А.І. Петрушка // Перспективні напрямки дослідження українського медійного контенту: фундаментальні та прикладні аспекти : матеріали всеукр. наук.-практ. конф. / наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова, А. Волобуєва. – Київ : Інститут журналістики, 2016. – С. 217–222.

14. Petrushka A., Perun M. Scientific and popular knowledge as part of the educational process / A. Petrushka, M. Perun // Інформація, комунікація, суспільство: матеріали 5-ї міжнар. наук. конф. ІКС-2016, 19–20 травня 2016 р. (м. Львів – Славське) / НУ «Львівська політехніка». Каф. соціальних комунікацій та інформаційної діяльності. Каф. інформаційних систем і мереж. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2016. – С. 124–125.

15. Petrushka A. The use of scientific and popular resources in the educational process / A. Petrushka // Інформація, комунікація, суспільство : матеріали 5-ї міжнар. наук. конф. ІКС-2016, 19–20 травня 2016 р. (м. Львів – Славське) / НУ «Львівська політехніка». Каф. соціальних комунікацій та інформаційної діяльності. Каф. інформаційних систем і мереж. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2016. – С.122–123.

АНОТАЦІЯ

Петрушка А.І. Прогностична модель носіїв науково-популярного контенту як втілення їхніх функціональних характеристик. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. – Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, Міністерство освіти і науки України. – Дніпро, 2017.

Дисертація є дослідженням концептуальної моделі носіїв науково-популярного контенту, яка втілює його функціональні характеристики. Визначено поняття та технологічні особливості SWOT-аналізу носіїв науково-популярного контенту та розроблено функціональну модель носія науково-популярного контенту. Метод SWOT-аналізу визначено як підґрунтя формування аналітичної бази моделювання шляхом виявлення наявних внутрішніх та зовнішніх характеристик носія науково-популярного контенту. На прикладі публікацій в журналах «National Geographic Magazine» та «Зелені Карпати» сформульовано методологію маркетингових та контентних характеристик видань. Проаналізовано історичні етапи розвитку контенту цих журналів та визначено критерії популяризації як наукового, так і політичного контенту видань. Проведено соціологічне дослідження щодо використання учнями та студентами науково-популярних джерел.

Ключові слова: автор, аудиторія, джерело, ілюстрація, контекст, контент, популяризація, текст, фотографія.

АННОТАЦИЯ

Петрушка А.И. Прогностическая модель носителей научно-популярного контента как воплощение их функциональных характеристик. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата наук по социальным коммуникациям по специальности 27.00.01 – теория и история социальных коммуникаций. – Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара, Министерство образования и науки Украины. – Днепр, 2017.

Диссертация представляет собой исследование концептуальной модели носителей научно-популярного контента, которая воплощает его функциональные характеристики. Определено понятие и технологические особенности SWOT-анализа, а также разработана функциональная модель носителя научно-популярного контента. Метод SWOT-анализа определен как почва для формирования аналитической базы моделирования путем выявления имеющихся внутренних и внешних характеристик носителя научно-популярного контента. На примере публикаций в журналах «National Geographic Magazine» и «Зеленые Карпаты» сформулировано методологию маркетинговых и контентных характеристик изданий. Проанализированы исторические этапы развития контента этих журналов и определены критерии популяризации как научного, так и политического контента изданий. Проведено социологическое

исследование по использованию учащимися и студентами научно-популярных источников.

Ключевые слова: автор, аудитория, иллюстрация, источник, контекст, контент, популяризация, текст, фотография.

ANNOTATION

Petrushka A.I. The Predictive Model of Medium of Popular Science Content as Implementation of its Functional Features. – As a manuscript.

The Thesis for the scientific degree of a Candidate of social communication sciences in speciality 27.00.01 – theory and history of social communication. – Oles Honchar Dnipropetrovsk National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Dnipro, 2017.

The research is the study of a conceptual model of medium of popular science content which implements its functional features. The concept and technological peculiarities of SWOT analysis of medium of popular science content are defined and the functional model of medium of popular science content is made. The method of SWOT analysis is defined as a basis of formation of the analytical base of modeling, identifying internal and external features of medium of popular science content. According to the publications in journals «National Geographic Magazine» and «Zeleni Karpaty» the methodology marketing and content features of publications are formulated. The historical stages of content development of these journals are analyzed and the criteria of popularization both scientific and political content of publications are defined. Based on the content analysis the innovative groups typical for the journal «National Geographic Magazine» are defined. The sociological studies concerning the usage of popular science sources by pupils and students are conducted.

It is mentioned that applying of foresight methodology forming the conceptual model of medium of popular science content gives the possibility to take into consideration the features of its stylistic and typological characteristics based on the journalistic skills, innovative marketing and information technologies. In addition to that, the modeling of strategic development of the medium of popular science content is based on the consideration of importance of interdisciplinary essence of requirements to the functioning of modern competitive information product, that provides consolidation of specialists efforts of different tendencies defining the creative, scientific and technological and commercial priorities.

The stratification and hierarchy of the main principles of strategic development represents key components of conceptual model of medium of popular science content which in their indissoluble dialectical interconnection are the creative, communicative, technological and commercial basis of its function. The variable principles of four degrees of content strengthening are defined.

The sociological studies reveal that in fulfilling of information needs which are formed while studying at higher educational establishments, the educational popular science programs, reported by electronic media, online media or other information resources from areas of social and natural sciences might play essential role. They have important scientific, educational potential that might be in the interests of purpose-

oriented audience – students. But the popular science and educational segment in Ukrainian mass-media is submitted very few. Mainly, there are materials from actual historical, political science, sociological subject.

According to the perspectives of the analysis of problem, there are defined ways for further modeling of educational information medium in order to take into consideration the potential resources of popular science principles and this resource is worth forming as a documentary system for educational, information needs, using adapted methods.

In Ukrainian society, particularly in young surroundings, there is a need of qualitative and actual popular science content which will have the multifunctional purpose. Such content is needed in education of students, in self-education and in educational activities among the wide ranges of information users. The question of creation and distribution of available popular science publications, information resources in the Ukrainian language is very actual and socially significant.

Key words: author, audience, source, illustration, context, content, popularization, text, photo.