

4. Рахманний Р. Портрет малоросенка атомного віку [Електронний ресурс] / Р. Рахманний // Не словом єдиним. – Вінніпег : Тризуб, 1971. – режим доступу : http://www.oocities.org/uno_montreal/roman/roman_6.htm. – Назва з екрану.
5. Шлемкевич М. Новочасна потуга / М. Шлемкевич // Верхи життя і творчості. – Нью-Йорк ; Торонто, 1958. – С. 109–146.

Кошова О. В.,
студентка,
Запорізький національний
технічний університет

КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ЧАСОПИС «І» У ЖУРНАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ: ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ

На ринку журнальної періодики України маємо сьогодні доволі різноманітну, перманентно змінювану та постійно доповнювану якимись нововведеннями типологічну палітру видань. Такі зміни спричинені різноманітними чинниками: формою власності, фінансово-економічним становищем, читацькими запитами, миттєвою реакцією на потреби та вимоги аудиторії.

Перспективним типом журнального видання є культурологічний журнал, предметно-тематичний діапазон якого визначає інтегративний характер культурології, а цільова аудиторія характеризується як інтелектуальна, так звана «елітарна» («Всесвіт», «І», «Авжеж!», «Дзвін», «ШО» тощо.) Як правило, такі журнали пропонують пізнавальну (позаоперативну) інформацію, «образну» (позачасову) та інформацію поглиблено-аналітичну, яка повинна «відстоятися» в часі [2].

Очевидно, що культурологічні журнали розраховані на фахівців галузі (працівники культурної сфери, студенти гуманітарних вищих навчальних закладів) та тих, хто цікавиться культурологією. У цьому випадку можна говорити про дуже неоднорідну аудиторію. Водночас аудиторія журналу апріорі чіткіше зорієнтована, а отже, обізнана у конкретній галузі, ніж, скажімо, газети, споживач інформації якої – масовий читач. Тому журнальні матеріали не потрібно адаптувати, робити їх дохідливими, популярними, а це значить, що немає інтелектуальних, інформаційних втрат контенту в процесі його редакційно-видавничої підготовки.

Видання «І», яке двадцять років тому починалося як самвидав (перші п'ять номерів друкувалися в Каунасі (Литва) тиражем 200 примірників), сьогодні є відомим українським культуроло-

гічним журналом, що об'єднав на своїх сторінках інтелектуальну еліту.

Громадська організація «Незалежний культурологічний часопис «І»» є недержавною громадською організацією, що досліджує проблеми культурології, політології, філософії. Головними напрямками її діяльності є вивчення міжетнічних стосунків, проблем цивілізаційних розламів і адміністративних кордонів, формування європейської ідентичності і питань європейської інтеграції, сучасного політичного дискурсу [3].

Незалежний культурологічний журнал «І» має як паперову (тираж номера – 1000 примірників), так і електронну версію, і давно трансформувався у впливову громадську організацію та так званий аналітичний центр. Головні проблеми, які порушує ГО «Журнал «І»» – це проблеми громадянського суспільства, прав людини, міжетнічних відносин. Жанрова модифікація аналізованого часопису є доволі вираженою. Авторські матеріали передбачають осмислення дійсності не тільки з локальних позицій, а і загально-масштабних.

В окремому розділі архіву часопису на сайті видання під назвою «Наша позиція» висвітлюється думка авторів статей про соціально-політичні проблеми України сьогодення та минулих років. Головний редактор часопису «І» Тарас Возняк у статті «Катерина» («І» . – 2017. – 8 березня) приводить аналіз полотна Тараса Шевченка «Катерина» ототожнюючи її з картиною «Свободою що веде народ на барикади» Ежена Делакруа. Автор ставить питання: «Та повернемося до полотна Делакруа – що спільного воно має з «Катериною» Шевченка? Бо ж неначе такі різні – повне патосу і пориву полотно Делакруа і медитативне полотно Шевченка». Приводить до думки, що «Катерина це не Свобода що веде народ на барикади – вона покривджена, слабка, ніжна, радше мила, ніж красива, і повністю заглиблена в себе. Чи не такою була Україна 1842 року? І чи не такою вона є року 2017?» [1].

У статтях простежується чітка позиція журналіста до викладеного матеріалу. Так, український підприємець і громадський діяч Валерій Пекар у публікації «Сутність революції і завдання Нової Країни» («І». – № 80. – 2015) розглядає тему української революції з точки зору економіста та приводить історичні дані для порівняння. Головною тезою матеріалу є питання «То що таке Майдан?». Журналіст лаконічно викладає свою думку, стверджуючи, що «Майдан є троїстою революцією – економічною, геополітичною та ментальною. І всі три революції мають на меті перевести Україну із «Середньовіччя» до «Сучасності». У

висновку автор наголошує «Подивіться на цілі, і ви побачите, що революція на ймення Майдан продовжується, навіть без наметів і бруківки» [4].

Інформація у вигляді повідомлень, розповідей, заміток, подана на сторінках «І», відзначається актуальністю, об'єктивністю оцінок, повнотою охоплення матеріалу, що збагачує читача знаннями про побут, громадське та суспільне життя українців. Так, наприклад, випуск № 82 2015 року присвячений спогадам про професора Ігора Герича. Цікавим є той факт, що матеріал деяких статей подано латинкою. Номер часопису поділено на розділи: «Im Memoria de Ihor Gerich», «Діонісійське», «Memorans», «На честь Ігоря Герича» та «Згадуючи Ігоря Герича». В одному номері вміщено матеріали про наукову діяльність академіка, тексти його робіт, а також критичні відгуки на них та спогади сучасників. Статті утворюють своєрідний ланцюжок, ланки якого дають можливість переходу від однієї теми до іншої, об'єднаною однією ідеєю – показати значимість наукової діяльності Ігора Герича.

Кожен номер часопису – тематичний: у цьому специфіка. Через дискурс часопису проходять і такі культурологічні моменти сучасності, як розкриття особистості львівського скульптора 18 століття Йогана Георга Пінзеля «Львів епохи Пінзеля 1720–1760» («І. – № 72. – 2013»); специфіки творчості польського поета, есеїста та драматурга Збігнева Герберта «Поет і місто. Збігнев Герберт» («І. – № 76. – 2015») та ін. Тематику масонства як явище досліджено у числі «Вільні муляри, масони» («І. – № 83. – 2015) з метою дати зрозуміти читачам історичний аспект і вплив мулярства на виховання гуманності і толерантності. І це лише окремі штрихи до багатоманітного культурологічного портрету часопису.

З позицій сьогодення цікавим є як тематика часопису, так і його видавниче втілення: форми організації матеріалу, особливості дизайну тощо.

Як громадська організація Незалежний культурологічний часопис «І» формує базові засади громадянського суспільства України, займаючи чітко визначені позиції з усіх найважливіших питань суспільного і політичного розвитку України. Електронна версія «Незалежного культурологічного часопису «І»» є найбільшим багатомовним електронним журналом України [3]. Часопис «І» належить до європейської мережі культурологічних часописів «Eurozine». Частиною діяльності часопису та громадської організації «І» є також видання книг та призначення ордену «За інтелектуальну відвагу».

Видання прагне повно поінформувати читачів про стан соціуму, скласти з подій і фактів картину навколишньої дійсності. І, оскільки читачеві потрібно в цій дійсності орієнтуватися, діяти, приймати рішення, часопис представляє громадське життя в русі, вказує читачеві на певний курс.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Возняк Т. «Катерина» [Електронний ресурс] / Т. Возняк // *Ї*. – 2017. – 8 березня. – Режим доступу : http://www.ji-magazine.lviv.ua/2017/Voznyak_Kateryna.htm
2. Ковпак С. Концептуальна структура як типологічна ознака культурологічного журналу / С. Ковпак // *Методологія і методика досліджень*. – 2010. – Вип. – 11. – С. 9–13.
3. Незалежний культурологічний часопис «Ї» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ji.lviv.ua/ji-arhiv.htm>
4. Пекар В. Сутність революції і завдання нової країни [Електронний ресурс] / В. Пекар // *Ї*. – 2015. – Режим доступу : http://www.ji.lviv.ua/n8otexts/Sutnist_revol.htm

Панченко Н. А.

студентка,
Бердянський державний
педагогічний університет

СУЧАСНА УКРАЇНЬСЬКА КОЛУМНІСТИКА ТА ЇЇ РОЛЬ У ЗМІ

Колумністика – один із найбільш актуальних журналістських жанрів у світовій журналістиці. Останнім часом цей різновид персоналізованих журналістських матеріалів набуває все більшої популярності й в українських мас-медіа. Найбільш повно процес актуалізації персональної журналістики було розкрито та обґрунтовано Л. Кройчиком: «Попит на особистісну журналістику в умовах зростаючої конкуренції ЗМІ створив прецедент вибору. Публіцист відгукується на цей попит пропозицією власного імені. Ім'я (в широкому значенні цього слова) стає знаком видання й каналу, які презентують це ім'я...» [2, 127]. В. Галич зауважує, що пояснити цей феномен можна такою ментальною рисою українця – прагненням дізнатися, на відміну від західного чи північноамериканського реципієнта, «про авторську характеристику відображених подій, щоб порівняти з власного або ж сформувані свою шкалу оцінок» [1, 225].