Сумський державний університет
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
Інститут журналістики

Sumy State University
Taras Shevchenko National University
of Kyiv
Institute of Journalism

ОБРАЗ

OBRAZ

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

Випуск 1 (19) ' 2016

SCIENTIFIC JOURNAL

Issue 1 (19) ' 2016

Суми
Сумський державний університет

Sumy
Sumy State University

2016

Засновники:
Сумський державний університет,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Видавець: Сумський державний університет
(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
Серія КВ № 21240-11040ПР від 08.12.2014 р.)
Журнал занесено до Переліку наукових фахових видань Міністерства освіти і науки України, затвердженого Наказом № 747 від 13.07.2015 р., в яких можуть публікуватися основні результати дисертаційних робіт із соціальних комунікацій.
Усі права застережені.
Посилання на матеріали цього видання під час їх цитування обов'язкові.
Рекомендовано до друку
вченою радою Сумського державного університету
(протокол № 6 від 10 березня 2016 р.)

Редакційна колегія журналу «Образ»

Голова редколегії
Володимир Різун, д-р філол. наук., Київ, Україна

Головні редактори:
Наталя Сидоренко, д-р філол. наук, Київ, Україна
Олена Ткаченко, д-р філол. наук, Суми, Україна

Члени редколегії:
Томас Бауер, Dr. Habil., Відень, Австрія
Марина Бережная, д-р філол. наук, Санкт-Петербург, Росія
Віта Гоян, д-р наук із соц. комунік., Київ, Україна
Ірина Давидова, д-р наук із соц. комунік., Харків, Україна
Богуслава Добек-Островська, д-р соціолог., Вроцлав, Польща
Андріас Петерсон, д-р соціолог., Рига, Латвія
Василь Теремко, д-р наук із соц. комунік., Київ, Україна
Вікторія Шевченко, д-р наук із соц. комунік., Київ, Україна
Анастасія Волобуєва, канд. наук із соц. комунік., Київ, Україна
Інна Гаврилюк, канд. наук із соц. комунік., Суми, Україна
Володимир Садівничий, канд. наук із соц. комунік., Суми, Україна

Образ : науковий журнал / за ред. Н. Сидоренко, О. Ткаченко ; Сумський державний університет ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – Суми ; Київ, 2016. – Вип. 1 (19). – 156 с.

У наукових статтях журналу розглядаються питання, що охоплюють усі сфери соціальної комунікації: історію, теорію, методологію журналістики, видавничої справи, реклами та з'язків із громадськістю, соціальних комунікацій, бібліотечної справи.

Видання розраховане на викладачів, науковців, докторантів, аспірантів, студентів, працівників сфер інформаційної та соціально-комунікаційної діяльності, журналістів-практиків.

Рецензованість журналу: матеріали, подані до редакції, проходять процедуру закритого рецензування.
Видання індексується Google Scholar.
WEB-сайт журналу: http://obraz.sumdu.edu.ua.
Про наукові та навчальні книги, надіслані до редакції, у найближчому номері друкується оголошення, відгук чи рецензія.
Електронна версія наукового фахового видання передана до Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського на депозитарне зберігання та для представлення на порталі наукової періодики України. Див.: http://www.irbis-nbuv.gov.ua (Наукова періодика України).

© Образ, 2016

Founders:
Sumy State University
Taras Shevchenko National University of Kyiv
The publisher: Sumy State University
(State Registration Certificate:
КВ № 15451-4023 ПР (Ukraine), issued on 12.08.2014, the)
The journal is included to the List of scientific professional publications of the Ministry of education and science of Ukraine, approved by Order №747 on 13.07.2015, in which the main results of dissertation works in Social Communications can be published.
All rights are reserved.
Links to this release materials during their citation are obligatory.
It is recommended for publication by the
Recommended for publication by the Academic Council of Sumy State University
(transactions number 6 from the 10 March 2016)

Editorial Board of «Obraz»

Head editor
Volodymyr Rizun, D. Sc. (Philology), Kyiv, Ukraine

Editor-in-chief:
Nataliya Sydorenko, D. Sc. (Philology), Kyiv, Ukraine
Olena Tkachenko, D. Sc. (Philology), Sumy, Ukraine

Membes of the editorial board:
Thomas Bauer, Dr. Habil., Vienna, Austria
Marina Berezhnaya, D. Sc. (Philology), St.Peterburg, Russia
Vita Goyan, D. Sc. (Social Communications), Kyiv, Ukraine
Iryna Davydova, D. Sc. (Social Communications), Kharkiv, Ukraine
Boguslawa Dobek-Ostrowska, Dr. Habil., Wroclaw, Poland
Andris Petersons, PhD in Sociology, Riga, Latviya
Vasyl Teremko, D. Sc. (Social Communications), Kyiv, Ukraine
Viktoriya Shevchenko, D. Sc. (Social Communications), Kyiv, Ukraine
Anastasiya Volobueva, PhD (Social Communications), Kyiv, Ukraine
Inna Havrylyuk, PhD (Social Communications), Sumy, Ukraine
Volodymyr Sadivnychyy, PhD (Social Communications), Sumy, Ukraine

Obraz : scientific journal / edited by. N. Sydorenko, O. Tkachenko ; Sumy State University ; Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv. – Sumy ; Kyiv, 2016. – Issue 1 (19). – 156 p.

In the scientific articles of the journal the issues, which cover all the areas of social communication are investigated: history, theory, methodology, journalism, publishing, advertising and RP, social communication, librarianship.

The publication is intended for teachers, researchers, doctoral students, post-graduate students and workers in information sphere and in socio-communicative activities, for practical journalists.

Reviewing of the journal: All the materials, which are submitted to the editorial board, undergo the closed reviewing.
The publication is indexed by Google Scholar.
WEB-site of the journal: http://obraz.sumdu.edu.ua
An Advertisment, a comment ora review about the the scientific and educational books,which are sent to the editorial board, is published in the next issue of the journal.
The electronic version of this scientific publication is referred to Vernadsky National Library of Ukraine for the depositary storage and for its presentation on the portal of scientific periodicals of Ukraine. Link: http://www.irbis-nbuv.gov.ua (Scientific Periodicals of Ukraine).

© Obraz, 2016

ЗМІСТ/CONTENTS

Образ/Image

Havrylyuk Inna/Гаврилюк Інна.
The Image of Ukraine and Ukrainians on the Mass Media Scene of France
(Образ України й українців у французькому мас-медійному просторі) 6

Публіцистичні обрії/Publicistic horizon

Валькова Катерина/Valkova Kateryna.
Масово-комунікаційні функції шляху в «Одноповерховій Америці»
І. Ільфа та Є. Петрова
(Mass-Communacation Functions of the Way in the Book of I. Ilf and E. Petrov
«One-Level America») 12

Зикун Наталія/Zykun Nataliia.
Українська газетна сатирична публіцистика радянської доби
як ідеологічно-пропагандистський інструмент
(Ukrainian Newspaper Satiric Publicism of the Soviet Era
as Ideological Propagandist Instrument) 27

Семенко Світлана/Semenko Svitlana.
Тематичні виднокола публіцистики Світозара Драгоманова
20–70-х років XX століття
(Topical Horizons of Svitozar Drahomanov's Journalism of 20-70-ies of the 20th Century).... 37

**Соціокомунікативне середовище: теорія та історія /
Socio-communicative Environment: Theory and History**

Бухтатий Олександр/Bukhtatyi Oleksandr.
Дослідження проблематики соціальної комунікації
і захисту суспільної моралі у демократичному суспільстві
(An examination of the problematics of social communication
and public morals protection in a democratic society) 45

Вірста Ольга/Virsta Olha.
Site.ua як альтернативне медіа: концептуалізації ворога
(Site.ua as an alternative media: enemy conceptualization) 56

Гайковскі Станіслав/Hajkowski Stanislaw.
Значення теледебатів для утвердження вибору політично заангажованого
електорату (президентські виборів у Польщі 2005 року)
(The value of TV debates for the approvement of election
of the political affiliated electorate (presidential elections in Poland in 2005)) 65

Гридчина Вікторія/Grydchyna Victoria.
Ідеї єднання суспільства в умовах структурної кризи Європейського Союзу
(кінець 2015 – початок 2016 рр.)
(Ideas of Consolidation Society in the European Union Structural Crisis
(the end of 2015 – beginning of 2016)) 71

Демченко Максим/Demchenko Maksim.
Соціальний простір ідеологічної функції масової комунікації
в умовах інформаційного суспільства
(Social Space of Ideological Functions of Mass Communication
Within the Information Society) 78

Кострова Вікторія/Kostrova Victoria.
Рекреативні медіа в науковому дискурсі соціальних комунікацій
(Recreative media in academic discourse of social communications) 86

Журналістика в системі соціокомунікаційної діяльності / Journalism in the System of Socio-communicative Activities

Георгієвська Вікторія/Georgiievska Viktoriia.
Становлення і розвиток партійної періодики на Західній Україні
(кінець XIX – початок XX ст.)
(Formation and genesis of Party periodicals in the Western Ukraine
(the end of XIX – the beginning of the XX centuries)) 92

Вербицька Христина/Verbytska Khristina.
Державотворча думка в місцевій пресі України
(State forming Conception in the Local Press of Ukraine) 99

Головач Ганна/Holovach Hanna.
Ґендерний чинник у висвітленні збройних конфліктів
(на прикладі матеріалів газети «День»)
(Gender Factor in Media Coverage of War Conflicts (Illustrated by The Day Articles)) 111

Михайлова Оксана/Mykhaylova Oksana.
Соціальні проблеми в теленовинах: мова інформаційних програм
(Social problems in television news: the language of informational programmes).....117

Петрушка Аліна/Petrushka Alina.
Чинники еволюції концепції подання інформації в журналі «National Geographic»
(Evolution Factors of the Concept of Presenting Information
in the Magazine «National Geographic»).....125

Подаряща Оксана/Podaryashcha Oksana.
Культура та функціональність мас-медіа: взаємні інтереси
в контексті інформаційного суспільства
(Culture and Mass-Media Functionality: Mutual Interests in the Context
of the Information Society).....134

Прикладні комунікаційні технології у системі соціальної діяльності / Applied ICT in the System of Social Activities

Ніронович Ірина/Nironovych Iryna.
Реклама в українських науково-технічних виданнях
у міжвоєнній Польщі (1918–1939 рр.)
(An advertisement in Ukrainian scientific and technical editions
in intermilitary Poland (1918–1939)) 143

Рецензійні координати/Reviewing Coordinates

Кравченко Світлана/Kravchenko Svitlana.
Багатовимірне бачення європейського досвіду
(Multidimensional view of the European experience).....149

Вийшли друком/Were published 151

Правила подачі статей / Rules filing of article.....154

УДК 007 : 82-7-92.09 : 070.41(477) «917/1991» (045)

УКРАЇНСЬКА ГАЗЕТНА САТИРИЧНА ПУБЛІЦИСТИКА РАДЯНСЬКОЇ ДОБИ ЯК ІДЕОЛОГІЧНО-ПРОПАГАНДИСТСЬКИЙ ІНСТРУМЕНТ

ЗИКУН Наталія,
канд. філол. наук, доц.,
Національний університет ДПС України, м. Ірпінь, Київська обл., вул. Університетська, 31, 08200, Україна, e-mail: nzykun@ukr.net.

Досліджується деформованість типологічної структури української періодики радянської пори. На матеріалі регіональної газетної періодики доводяться антинародний характер, відірваність від життя, втрата гостроти й актуальності, здрібніння тем і спрощення жанрової системи української газетної сатиричної публіцистики під впливом ідеологічно-пропагандистських орієнтирів радянського режиму й формування багаторівневої системи цензури.

Ключові слова: *сатирична публіцистика, сатиричний жанр, цензура.*

Вступ. Публіцистика – сегмент інформаційного простору, особливо чутливий до суспільних контекстів, залежний від перебігу суспільно-політичних, культурних, освітніх процесів, хоча й покликаний не лише відображати їх, а й впливати на розгортання й народження нових тенденцій. Дослідження публіцистичного дискурсу в державі, де на певних історичних відтинках суспільно-політичний устрій змінювався калейдоскопічно-стрімко, є надзвичайно актуальним і непростим. Адже преса переживала помітні трансформації, поступово й невідворотно перетворювалася на «ідеологічно-пропагандистський інструмент закріплення більшовицької диктатури». Уже в 20-ті рр. XX ст. змінюються типологічна структура й проблемно-тематичні характеристики, зумовлені політико-ідеологічними пріоритетами влади, що повною мірою контролювала процес продукування й поширення інформації. Поступово зникали національні українські видання, натомість розвивалися комуністичні, більшовицькі, що були під постійним жорстким контролем партійних комітетів. Із часом це призвело до неминучого викривлення інформації картини українського суспільства, відірваності від життя української публіцистики загалом та сатиричної зокрема, все помітнішим стає її антиукраїнський характер.

Хоча маємо значний масив наукових праць, що слугують надійним науковим підґрунтям для аналізу історичного матеріалу під новим кутом зору. Серед видань науковців радянського періоду, які вивчали історію української журналістики, особливе значення мають праці про історію зародження та основні закономірності розвитку преси П. М. Федченка; емпіричний матеріал наукових розвідок М. Д. Бернштейна, В. Т. Дмитрука, Ф. П. Погребенника, Й. Т. Цьоха, які попри елементи ідеологічної заангажованості зберігають наукову цінність і дотепер. Окремі аспекти радянської сатиричної журналістики знайшли відображення у дослідженнях С. Стикаліна, Л. Кройчика. Особливо цінними для українських дослідників є праці М. Гончарука, Є. Демченко, А. Капелюшного. Однак українським журналістикознавцям ще належить очистити історію української преси й публіцистики від ідеологічних нашарувань досліджень цього періоду й доповнити публіцистичний образ епохи введенням у науковий обіг нового фактажу завдяки новим аспектам журналістикознавчих досліджень.

Методи дослідження. Історико-генетичний метод, аналітико-індуктивний за своєю сутністю й описовий за формою, використаний автором, забезпечив

© *Зикун Н., 2016*

відтворення динаміки та встановлення закономірностей розвитку сатиричної публіцистики в контексті соціальних процесів радянської доби, на основі узагальнення масиву фактичних даних. Його застосування дозволило встановити і причини деформованості сатиричної публіцистики під впливом ідеологічно-пропагандистських орієнтирів.

Результати й обговорення. Серед важливих характеристик преси досліджуваного періоду варто назвати зміну адресата, типологічної структури, жанрово-тематичних характеристик друкованих видань, тону й характеру сатиричних публікацій.

Особливістю структури преси стало збільшення кількості видань, орієнтованих на пролетаріат, підтримування владою офіційних друкованих періодичних органів як трансляторів офіційної позиції та засобу формування суспільних стандартів, виховання й перевиховання деформованого «шкідливими» націоналістичними впливами суспільства. У щоденній робітничій газеті «Робітник» (органі Полтавського Окркому КП(б)У, Окрпрофбюро, Окрвиконкому й Міської Ради, перший номер якої вийшов 1 листопада 1925 р., напередодні 8-х роковин Жовтня, у вітальному слові від Округового комітету КП(б)У висловлювалася надія на те, що газета буде «вірним і сталим провідником ідеї комунізму в широких робітничих масах, освітлюючи шляхи, організовуючи ці маси у великому соціалістичному будівництві нашої країни, допомагаючи усуненню всіх хиб, помилок, тормозів в цій роботі, борючись з бюрократизмом, волокитою та зловживаннями» («Робітник». – № 1. – 1 листопада 1925 р.).

Ознайомлення зі змістом газети засвідчує надання великого значення стіннівкам у процесах впливу на певні прошарки суспільства. Так, у № 10 газети «Робітник» від 13 листопада 1925 р. опублікована кореспонденція «На що хворіють наші стінгазети?». Своєрідний вступ, який, відповідно до узвичаєної нині термінології, можемо кваліфікувати як лід: «Газети – не масові. – Пишуться незрозумілою мовою. – Статті занадто довгі, випадки цензурування» – фактично був квінтесенцією публікації. А вже через деякий час (у № 21 від 26 листопада 1925 р.) редакція «Робітника» знову вдається до висвітлення цієї теми, констатуючи в замітці «Наші стінгазети. Йде на краще» певні позитивні зрушення. Тобто на цьому етапі знову виникає інтерес до рукописної преси, однак уже не нелегальної, як у період зародження української журналістики, а цілком офіційної, підтримуваної і контрольованої владними й партійними органами, що зумовило відповідне їх значення та наповнення. Стіннівки на етапі соціалістичного будівництва набувають надзвичайного поширення, дослідники розглядають їх як результат еволюції сатиричних листків і відповідь на запити аудиторії і визнають альтернативою сатиричним газетам, що поступово практично зникли з пресового простору [9]. У період колективізації з’являються виїзні та переїзні газети, багатотиражки на фабриках і заводах, виїзні випуски їх у цехах, плакатні газети, інформаційні бюлетені [1].

З огляду на суспільну атмосферу інформаційний простір стає менш різноманітним, перетворюючись на добре керовану мережу газет і журналів. Контрольованими й жорстко регламентованими були й поодинокі сатиричні видання, яким вдалось уціліти, і сатиричні (ілюстровані) додатки до загальнополітичних газет і журналів. Такий підхід визначав і наповнення сатиричних куточків і матеріалів у газетах і журналах загального змісту. Попри те, що завданнями робітничих газет декларувалося викриття «з більшовицькою рішучістю та послідовністю» «хиб радянського апарату» («Робітник». – № 1. – 1 листопада 1925 р. – с. 1), свобода критики редакцій і авторів поширювалася лише на ворогів революції та на дрібні вади пересічних будівників нового суспільного ладу. Так, у кожному номері газети «Робітник» уміщувалися лаконічні, емоційні сатиричні замітки, супроводжувані нерідко невеликими карикатурними ілюстраціями із зазначенням конкретних осіб: наприклад, у № 1 на с. 3 таких кілька: «Страховище панчішниць» – про завідувача панчішної фабрики імені Ногіна т. Гольцова, який «загрожував повики-

дати з роботи всіх робітниць по одинці» (автор – Робітниця Оля); «Фабком вигнали на вулицю» – про перешкоджання адміністрації 20-го держмлину Укрмуту роботі фабкому (без вказівки автора); «Під дощем обідають» – про відсутність умов для відпочинку будівельників залізничного клубу при ст. Полтава-Південна (автор – Век). Про сатирично-критичне спрямування цих публікацій може свідчити й те, що вони розміщувалися на місці фейлетону – тобто на другій-третій сторінці номера.

Серед найчастіше порушуваних тогочасними виданнями тем – погана якість хліба, незадовільна робота міських сторожів, які не протидіють злодіям, необхідність ремонту шляхів, недоліки в медичному обслуговуванні робітників, проблеми із залізничним транспортом тощо. Справжні ж серйозні проблеми не знаходили відображення у друкованій періодиці. І вже зовсім «не підсудними» й недоступними для критики ЗМІ були керівні партійні й державні органи. Преса більшовиків виправдовувала дії центральної та влади на місцях, перекладаючи вину за скрутну ситуацію в країні на своїх попередників або ж на прояви негативних зовнішніх впливів. Це в майбутньому породило серйозну проблему – викривлення інформаційної картини, порушення «двостороннього інформаційного зв'язку з масами» [2]. Така ситуація позначилася насамперед на сатиричній публіцистиці, що виявилась абсолютно незатребуваною, незважаючи на велику кількість нерозв'язаних проблем у суспільному житті.

Уже на межі 20–30-х рр. XX ст. сатирична творчість визначається соціально-політичними кампаніями, відповідно зменшується її гострота, стає біднішою тематична палітра. Триває маніпулювання інформацією – вона тенденційно дозується, подається в неповному обсязі. Зміщення змістових акцентів, фальсифікація, некоректне й дуже вільне трактування історичних фактів фактично створювали неіснуючу реальність – автори публікацій поодинокі явища видавали за типові, роль і значення окремих важливих подій применшували, інформація про деякі з них взагалі не доходила до читачів. Насамперед це стосувалося національних проявів [7], навіть їх влада намагалася використати у своїх інтересах. Прикладом такого підходу науковці вважають українізацію, що була розпочата в квітні 1923 р. згідно з ухвалою XII з'їзду РКП(б). За умов створення союзної держави СРСР українізація була потрібна партії влади для утвердження свого режиму в Україні. Початок цієї кампанії ознаменувався національно-культурним піднесенням у всіх сферах життя, послабленням партійного контролю. Однак сучасники розуміли справжню мету заходів з українізації, незацікавленість центру в їх результативності – цьому присвячувалися критичні публікації в сатиричних виданнях – так, у номері 11–12 одеського журналу «Красная оса» в 1924 р. було вміщено фейлетон українською мовою в дусі декларованої українізації, що також можна розглядати як прийом іронії, характерний для сатиричної публіцистики. Його автор називає українізацію «модною штукою». Власне весь фейлетон є пародією на українізацію, оскільки написаний словами-покручами. Автор фактично зізнається в нерозумінні суті українізації, демонструє розгубленість і неготовність реагування на неї суспільної преси [7].

Автори сатиричних публікацій, що мали, до того ж, національне звучання й спрямованість, а також редактори видань, які дозволяли такі публікації, переслідувалися й жорстоко каралися. 20 лютого 1928 р., як свідчать архівні джерела, головний редактор газети «Більшовик Полтавщини» отримав розпорядження про звільнення письменника-журналіста П. Капельгородського й заборону публікації його фейлетонів, що мали явну національну спрямованість. Подібні розпорядження надіслали й редакторам інших газет, причому 13 із них, які насмілилися його не виконати, пізніше були звільнені, а їхні справи передані до ДПУ [7].

Про гостре перо П. Капельгородського і його непримиренність із нібито дрібними проблеми, що, однак, робили нестерпним життя пересічної людини,

свідчить велика кількість нищівних фейлетонів у різних друкованих виданнях. Багатим був його доробок й у вже згадуваній полтавській газеті «Робітник». Його публікації майже в кожному номері в рубриці «Маленький фейлетон» засвідчували неспроможність системи забезпечити нормальну роботу основних інституцій – школи, транспорту, міліції, фінансової системи тощо. Це цікаві й гострі матеріали, що носять аналітичний характер, містять узагальнення декількох однотипних фактів: «Укомплектування шкіл» (№ 10. – 13 листопада 1925 р.; в основу публікації покладено низку фактів, що стосуються організації середньої освіти в сільських школах: проблема професіоналізму кадрів; незабезпеченість учителів житлом; відсутність транспортного сполучення; неузгодженість дій місцевих органів влади (із називанням конкретних прізвищ, посад)); «Міліцейські фейлетони» (№ 16. – 19 листопада 1925 р.); «По «Домострою» чи по кодексу» (№ 32. – 11 грудня 1925 р.) (про рукоприкладство у сім’ї та про непрофесіоналізм і упередженість у прийнятті рішень членами райсудземкомісії); «Дещо про градуси» (№ 48. – 30 грудня 1925 р.) (про встановлені фінвідділом норми опалення в зимовий період у школах Решетилівського району (4–6 градусів) і порушення термінів опалювального сезону, що розпочинається лише із середини грудня). Зрозуміло, що такі автори не могли не викликати роздратування у представників влади, оскільки ті усвідомлювали готовність фейлетоніста братися й за інші теми.

Межі та глибина сатири, коло тем, які могли мати сатиричне відображення, регламентувалося постановами й рекомендаціями Центрального комітету КП(б)У. Зокрема, у постанові 1927 р. «Про сатирично-гумористичні журнали» зазначалося: «Основні завдання сатирико-гумористичних журналів, відповідно до нього, полягали у критиці й викриттю негативних явищ, які стояли на заваді комуністичному будівництву; буржуазних поглядів і міщанства в побуті та суспільному житті; недопущенню групових, корпоративних, бюрократичних і націонал-шовіністичних тенденцій, які нібито суперечили загальнопролетарським інтересам, завданням соціалістичного розвитку; класових ворогів та їхніх посібників [11].

Подальше збіднення гумористично-сатиричної газетно-журнальної практики було зумовлене насамперед поверхневістю розуміння суперечностей у розвитку радянського суспільства. У другій половині ХХ ст. масових фактів із внутрішнього життя держави для сатиричного відображення в принципі не могло існувати. Владі вдавалося тривалий час приховувати людиноненависницьку діяльність – терор, репресії, розправи, голодомор в Україні [6], тому власне сатирична публіцистика не мала жодних передумов для існування. Журналістам дозволялося писати лише про другорядне, незначне, що не могло змусити сумніватись у непорушності й безгрішності основ соціалістичного ладу – в жанрах усмішки та шаржах тривіального характеру.

Сатиричні твори на сторінках преси будувалися за певною схемою, розв’язкою композиції ставала не мораль, а підсумовування усіх причиново-наслідкових аспектів проблеми, пропонування шляхів усунення конкретного зла. Газетна сатира прямує до раціональності й стриманості у застосуванні художньо-образних засобів. Переконливо це ілюструють фейлетони: дослідники сатиричної публіцистики вказують на так звану «серйозність» фейлетону й памфлету [16]. Із фейлетонних творів зникають казково-фантастичні мотиви, усе більшого значення набуває документальний факт, пряме викриття, документальна основа зображуваної суперечності.

Однак для привертання уваги читачів виробляються певні підходи до подання інформації на газетній шпальті. Як свідчить аналіз сатиричних публікацій газети «Робітник», переважають образні вислови з огляду на лаконічність тексту й масштаб факту (одиничні, локальні, проте мають типовий характер, поширені практично в усіх регіонах). Усі публікації написані легкою мовою, з використанням

образних засобів, серед яких переважають образні вирази, фразеологічних зворотів, риторичних запитань. Багатьом із них характерна особлива ритміка: наприклад, «чекаємо і блукаємо, а коли гроші будуть не знаємо». Про сатиричний характер публікацій говорять і підписи – псевдоніми під матеріалами: Нетерплячий, Не – чужий, Цеглина, Відомий тощо. Із часом уміщення на газетній шпальті сатиричних матеріалів набуває певного оформлення, що передбачає наявність таких елементів, як: рубрика (наприклад, «Ущипливі дрібниці», що стає традиційною в газеті «Робітник»), заголовок, образний підзаголовок (або своєрідний лід), що привертає увагу до матеріалу, ілюстрація у вигляді карикатури та підписування псевдонімом. Прикладом органічного їх поєднання можна вважати публікацію «Скорочений завком» у рубриці «Ущипливі дрібниці» в уже згадуваній полтавській газеті «Робітник». Пізніше такі сатиричні замітки зверстуються добірками із 6–7 публікацій, кожна обсягом 29–30 рядків, підписані псевдонімами і криптонімами (Лубенський, В. Безкровний, Очевидець, Чугунів, Д., Гупало, М. Ф.). Вдаються до власне документально-наукової аргументації у процесі викриття й знищення суспільного зла й автори інших сатиричних жанрів, зокрема памфлету, сатиричної замітки, обмежуючись дотепним обігруванням цитати або критичних сигналів, одержаних від робсількорів, які щоденно надходили сотнями до редакцій, тощо.

Основним конфліктом, на якому вибудовувалися сатиричні публікації досліджуваного періоду, ставало протиставлення недосконалості реального життя (у діяльності чиновників, веденні господарства, торгівлі, освіти, недолугості самих селян) ідеальній моделі соціальної дійсності [14]. Джерелом фактів для сатиричних публікацій слугували дописи читачів. Критика того чи іншого місцевого керівника не могла ставити під сумнів досконалість системи загалом. Це досягалося тим, що більшість фейлетонних публікацій – так звані адресні публіцистичні, які не лише ґрунтувалися на документальних фактах, а й містили справжні прізвища героїв, місце їхньої роботи і проживання. Опрацьовані професійними авторами, вони набували значної сатиричної сили.

Найактуальнішими традиційно залишалися такі теми: діяльність чиновників; критика організації «нового» побуту, влади та громадського життя (однак критика влади була надто м'якою, самі публікації цієї групи – гумористично-сатиричними, без натяку на гостре висміювання); критика куркулів, старої влади; створення негативного образу церкви та священиків; критика неосвіченості, інертності й пасивності селян (з використанням методів м'якого переконання); фейлетони пропагандистського характеру, покликані спонукати до певних моделей суспільної поведінки [14].

Радянська влада не довіряла фейлетоністам, оскільки вважала, що «фейлетон має переважно викривальний характер, необхідно стежити, аби викривальна робота, замість допомоги Радянській владі в боротьбі зі зловживаннями, не перетворилася у засіб підривання радянських основ» [15]. Тому фейлетоністи змушені були шукати межу між критикою окремих постатей і критикою системи, або «здобрювати» елементами сатири інші публіцистичні жанри. Л. Кройчик припускає, що так закладались основи майбутньої теорії «дозування» сатири, майбутньої «позитивної» сатири, що стали гальмом сатиричної публіцистики на тривалий час. Саме тому під приціл сатириків насамперед потрапляли зовнішні вороги, та й загалом сатира підмінялася загальними філософствуваннями й демагогією [8].

Із часом сатиричні жанри ставали рідкісними гостями у пресі. Їх функцію виконували критичні інформаційні публікації – лаконічні, на основі документальних фактів, із реальними прізвищами тощо, вони нагадували акти ревізій, протоколи контрольних перевірок. Так, у замітці «Не припиняти боротьби з спекулянтами» повідомлялося, що органи Робітничо-Селянської міліції Київської області за допомогою громадськості останніми днями викрили низку

зухвалих спекулянтів, дезорганізаторів радянської торгівлі. У замітці йшло про спекулянтів-гастролерів із Воронезької області, які торгували мануфактурою, взуттям, ковдрами, панчохами, нитками, борошном, сірниками, сіллю, содою. Зазначалося, що всі особи заарештовані й передані до суду («Пролетарська правда» – 5 жовтня 1939 р. – № 229. – с. 4). В іншому номері одна із заміток мала заголовок «Спекулянтів покарано», де знову йшлося про аналогічні факти («Пролетарська правда» – 6 жовтня 1939 р. – № 230. – с. 4).

Поступово місцем побутування публіцистичної сатири стають заводські багатотиражки, присвячені викриттю злободенних поодиноких фактів із діяльності конкретних осіб. У багатотиражці (тираж – 1 тис.) одного із харківських заводів у формі сатиричних заміток викривалася проблема халтурництва. В одному із номерів добірка матеріалів, об’єднана рубрикою «Нещадно боротися з халтурою в усіх її проявах!», супроводжувалася цитатою Г. Маленкова про тип працівника, який легко може допустити брак у своїй роботі. Він закликав поставити питання про боротьбу з халтурою в усіх її проявах із носіями «цієї негідної соціалістичного суспільства вади». На тій самій сторінці читаємо і допис сталевара Є. Вольпера «Власношкурник в ролі майстра» – про привласнення майстром Шаляпіним грошей, належних усій бригаді за позаурочну роботу («Кіровець» – № 13 (244). – 1950 р. – с. 2). Причому такі конкретні публікації й реагування на них знаходимо щономера. Так, допис технолога цеху Т–7 І. Дубініна «Бюрократ» – про старшого інженера відділу матеріально-технічного постачання А. Радзівона, який гальмував роботу цеху через затримування у виписуванні матеріалів, уміщений у багатотиражці 7 червня («Кіровець» – № 21 (282). – 1950 р. – с. 2). А вже в номері 24 (255) від 30 червня 1950 р. на с. 2 надруковано реакцію на цю публікацію, у якій зазначалося, що «за бюрократичну тяганину при виписуванні матеріалів на старшого інженера накладено стягнення» і намічено заходи для покращання обслуговування цехів заводу. Підсилюється інформація сатиричним малюнком із зображенням пацієнта – інженера А. Радзівона і лікаря. Із підпису-діалогу дізнаємося, що на підставі скарг і обстеження хворого лікар ставить діагноз – «Zронікус-бюрократізмус» і виписує ліки – «Критика зовнішня» і «Самокритика внутрішня», які радить «приймати день у день потроєними дозами».

У роки нової економічної політики спостерігаються диференціація сатиричних видань, орієнтованість на певні соціальні й культурні верстви читачів. Періодичні видання розвивались уже не стихійно, як відгук на запити й очікування аудиторії, а методично й цілеспрямовано, з урахуванням насамперед завдань комуністичного будівництва. У системі журнальних видань, яка 1928 р. досягла в Україні свого піку, пропорційно були представлені видання, орієнтовані на всі соціальні прошарки населення, класово тематично диференційовані [10]. Їх було саме стільки, аби заповнити ту чи іншу тематичну нішу.

Мережа сатирично-гумористичних видань формувалася для задоволення запитів, інтересів та загального культурного рівня чотирьох основних категорій читачів: політично зрілих робітників; членів; передове селянство; сільських активістів. Орієнтуючись на ці групи, редакції планували й розгортали масово-інформаційну діяльність, що набувала форм робсількорівських нарад, читацьких конференцій, нарад партійців-критиків [11]. Замітка «Чому на заводі немає газетних вітрин?», опублікована в одному із номерів видання «Кіровець» – органу партбюро, дирекції та завкому турбогенераторного заводу ім. С. М. Кірова (м. Харків), дає уявлення про те, якого значення керівні партійні органи надавали газетам як «складовій частині всієї політико-виховної і культурно-масової роботи партійних і профспілкових органів», для цього рекомендували організувати газетні вітрини в цехах, червоних кутках і на заводських подвір’ях («Кіровець» – № 18 (249) – 1950 р. – 15 травня – с. 2).

Великого поширення набувають сатиричні сторінки в газетах, друковані й рукописні аркуші-блискавки, спеціальні сатиричні випуски газет, у тому числі багатотиражних. Прикладом може бути спеціальний сатиричний випуск газети «Кіровець» від 17 лютого 1950 р. на половину сторінки звичайного газетного формату із викриттям одного факту (вийшов російською мовою, хоча газета друкувалася українською). Загальний заголовок випуску – «Как в кино». Сторінка композиційно становила єдність трьох частин: 1) інформації про факт на два абзаци, із якої випливає, що цех Т–1 систематично не виконує виробничого графіка, унікальні верстати часто простоюють. Начальник цеху ганяється за деталями, випускаючи з поля зору інші важливі управлінські питання. Критику завжди визнає, але зі спокійною совістю повторює помилки – виходить, як «на повторних сеансах кіно»; 2) сатиричного малюнка, на якому начальник цеху із сачком намагається впіймати дефіцитну запчастину; 3) сатиричного вірша, що за змістом є фактично дублюванням першої, документальної частини («Кіровець» – Б.н. – 17 лютого – 1950 р.).

А вже на початку 60-х рр. XX ст. журналіст В. Гілєв підсумовував, що фактично в кожній газеті тодішньої Сталінської області (нині – Донецької) – обласній, міській, районній чи багатотиражці, обов'язково друкувався фейлетон [4]. Він говорив про наявність сатири і на сторінках заводських, шахтних і стінних газет. Сатирична журналістика стає мобільною, максимально оперативною, реалістичною, водночас малохудожньою. Фейлетон мало відрізняється від сатиричної замітки.

Досліджуючи типологію запорізької преси 20–40-х рр. XX ст., І. Герман не виокремлює сатиричних видань як таких, хоча й аналізує лінгвістичні виражальні засоби сатиричних жанрових форм преси цього періоду. Дослідниця зазначає, що сатиричні жанри публіцистики, орієнтовані на комічне відображення ненормативних явищ дійсності й відверте висміювання їх, перебували поза межами тоталітарної культури. Гумористичному й сатиричному оповіданню, сатиричній замітці вдалося, хоча й не надовго, залишитися на газетних шпальтах завдяки м'якшій контрастності, що відрізняло їх від інших сатиричних жанрів [3].

У 20-х рр. XX ст. відбувалась еволюція сатиричних жанрів газети; вони, як і художньо-публіцистичні твори (нарис), тяжіли до художньо-белетристичних форм, наслідуючи, відповідно, їх мовностилістичну специфіку. Лише наприкінці 30-х рр. сатиричні жанри набули власне публіцистичних рис, а отже, художньо-літературні експресивні «вкраплення» в їх структурі починають «дозуватися».

Спостереження за великим масивом сатиричних матеріалів, розсіяних у спеціалізованих сатиричних і загальнополітичних виданнях радянської преси свідчить, що поступово змінюється їх характер: якщо сатира 20-х рр. була безпощадною й спрямованою проти ворогів-антагоністів, то вже у 30-ті рр. сатиричні жанри стають веселішими, більш оптимістичними, набувають дидактичного характеру [12]. Цьому сприяло й формування багаторівневої цензури на початку 20-х рр. минулого століття: самоцензура – редакційна цензура – репресивний ідеологічний державно-адміністративний контроль в особі Головліту, який підтримувався каральними інспекціями ОДПУ–НКВС–МДБ. Посилаючись на архівні матеріали місцевої періодики, вона доводить, що через таке цензурне сито не проходили й не доходили до адресата публікації, автори яких розвінчували прилаковані картинки тріумфу соціалістичного будівництва, привертали увагу до суспільних суперечностей. Неприйнятність відвертої критики й комічного оцінювання фактів більшовицько-радянської дійсності пояснювали недовговічність таких жанрових форм, як фейлетон, гумореска, карикатура [13]. За цих умов багато сатиричних видань у другій половині 30-х рр. припинило своє існування, а з часом – і сатирична журналістика як така [5]. 1937–1938 рр. стали періодом, коли в УРСР не виходило жодного сатиричного видання. Говорити про певну тенденцію

відродження сатиричної журналістики можна лише після 1953 р., а про її помітний розвиток – із 1956 р.

Висновки та перспективи. Отже, аналіз газетних видань періоду встановлення радянської влади в Україні засвідчив низку характерних особливостей, серед яких: зміна адресата (збільшення кількості видань, орієнтованих на пролетаріат), збідніння типологічної структури, жанрово-тематичних характеристик друкованих видань, пом’якшення тону й характеру сатиричних публікацій, підтримування владою офіційний друкованих періодичних органів як трансляторів офіційної позиції й засобу формування суспільних стандартів. Сатира переміщується на газетні сторінки, причому переважно у так звану низову пресу: виїзні та переїзні газети, багатотиражки на фабриках і заводах, виїзні випуски їх у цехах, плакатні газети, інформаційні бюлетені; виникає інтерес до рукописної преси, однак цілком легальної, підтримуваної і контрольованої владними й партійними органами. Уже на межі 20–30-х рр. ХХ ст. сатирична творчість визначається соціально-політичними кампаніями, зменшується її гострота, стає біднішою тематична палітра, що призводить до втрати сатиричною публіцистикою її значення, а з часом – і зникнення із публіцистичного дискурсу.

Актуальним науковим завданням вважаємо вивчення тенденцій до відродження і розвитку української сатиричної публіцистики, починаючи з кінця 50-х рр. ХХ ст.

1. *Борисенко Т. О.* Газетні фонди НБУВ / Т. О. Борисенко // Наукові праці НБУВ. – К., 1998. – Вип. 1. – С. 80–84.

2. *Владимиров В. М.* Історія української журналістики (1917–1991) : навч. посібник / В. М. Владимиров. – К. : МАУП, 2007. – 174 с.

3. *Герман І.* Запорізька преса 20–40-х рр. ХХ ст.: жанрово-стильові особливості: дис. ... кандидата філол. наук : 10.01.08 / І. Герман. – К., 1982. – 210 с.

4. *Гилев В. И.* Смех – дело серьезное / Гилев В. И. – Донецк : Донецкое книжное издательство, 1961. – 29 с.

5. *Капелюшний А. О.* Виникнення і розвиток української радянської сатиричної публіцистики (1917–1941) / А. О. Капелюшний. – К. : УМДК, 1990. – 103 с.

6. *Колісник Ю. В.* Дезінформаційна функція преси УРСР (міжнародний аспект) / Ю. В. Колісник // Вісник Львівського ун-ту. – Львів, 2006. – Вип. 28. – С. 225–238.

7. *Коляструк О. А.* Преса УСРР в контексті політики українізації (20–30-ті рр. ХХ ст.) : дис. ... кандидата іст. наук : 07.00.01 / О. А. Коляструк. – К., 2003. – 275 с.

8. *Кройчик Л. Е.* Современный газетный фельетон / Л. Е. Кройчик. – Воронеж : Изд-во Воронежского университета, 1975. – 230 с.

9. *Никулин И.* Советские сатирические периодические издания 1920-х годов: системные связи контента и типологических характеристик : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / И. Никулин. – Краснодар, 2013. – 25 с.

10. *Орлик О.* Журнальні видання 20–30-х рр. ХХ ст. як джерело дослідження видавничої справи в Україні / О. Орлик // Вісник Книжкової палати. – 2009. – № 6. – С. 37–40.

11. *О сатирико-юмористических* журналах: Постановление отдела печати ЦК ВКП (б) // Красная печать. – № 11. – С. 74.

12. *Саидов А. Ш.* Сатирическая публицистика в узбекской советской периодической печати (вопросы истории, теории и практики) : автореф. дисс. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / А. Ш. Саидов. – Москва, 1979. – 38 с.

13. *Ульянова К. М.* Преса Луганщини 1917–1938 рр.: становлення та основні тенденції розвитку : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / К. М. Ульянова. – Запоріжжя, 2009. – 20 с.

14. *Філіпенко Є. С.* Жанрово-комунікативні особливості фейлетонів у газеті «Червоний степ» (1924–1925) / Є. С. Філіпенко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2014. – Т. 54. – с. 173–178.

15. *Шафир Я.* Почему мы не умеем смеяться? / Я. Шафир // Красная печать. – 1923. – № 17. – С. 6.

16. *Шукуров И. Ш.* Конфликт в сатирической публицистике : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. филол. наук : спец. 10.01.10 / И. Ш. Шукуров. – М., 1982. – 22 с.

UDC 007 : 82-7-92.09 : 070.41(477) «917/1991» (045)

Ukrainian Newspaper Satiric Publicism of the Soviet Era as Ideological Propagandist Instrument

Zykun Nataliia, PhD (Philology),
National University of State Tax Service of Ukraine, Irpin, Kyiv Region, 31, Universytetska St., 08200, Ukraine, e-mail: nzykun@ukr.net

In the article the deformity of typology structure of Ukrainian periodicals of the Soviet era is investigated. Using the material of regional newspaper periodicals the author proves the anti-popular character, the isolation from life, loss of witticism and actuality, breakage of themes and simplification of the genre system of Ukrainian newspaper satiric publicism under the influence of ideological propagandist guiding lines of the Soviet regime and formation of the multilevel system of censorship.

Key words: *satiric publicism, satiric genre, censorship.*

Украинская газетная сатирическая публицистика советской эпохи как идеологически пропагандистский инструмент

Зыкун Наталия

Исследуется деформированность типологической структуры украинской периодики советского времени. На материале региональной газетной периодики доказывается антинародный характер, оторванность от жизни, потеря остроты и актуальности, упрощение жанрово-тематической системы украинской газетной сатирической публицистики под влиянием идеологических пропагандистских ориентиров советского режима и формирования многоуровневой системы цензуры.

Ключевые слова: *сатирическая публицистика, сатирический жанр, цензура.*

1. Boryseko, T. O. (1998). Hazetni fondu NBUV [Newspaper funds of VNLU]. *Naukovi pratsi NBUV – Studies of VNLU, 1,* 80–84. Kyiv [in Ukrainian].

2. Vladymyrov V. M. (2007). Istoria ukraiinskoii zhurnalistyky (1917 – 1991) [History of Ukrainian journalism (1917 – 1991)]. Kyiv: MAUP [in Ukrainian].

3. Herman I. (1982). Zaporizka presa 20– 40 rr. XX st.: zhanrovo-styliovi osoblyvosti [Zaporizhia press in 20ies–40ies of XX century: genre and style peculiarities]. *Extended abstract of candidate's thesis.* Kyiv [in Ukrainian].

4. Gylev V. (1961). Smekh – delo serioznoe [Laugh is a serious thing]. Published by Stalino – Donbass [in Russian].

5. Kapeliushnyi A. O. (1990). Vynyknenia i rozvytok ukraiinskoii radianskoii satyrychnoii publitsystyky (1917–1941) [The rise and development of Ukrainian Soviet satiric publicism (1917–1941]). Kyiv: UMDK [in Ukrainian].

6. Kolisnyk Yu.V. (2006). Dezinformatsiina funktsia presy YRSR (mizhnarodnyi aspect) [Disinformation function of the Ukrainian SSR (international aspect)]. *Visnyk Lvivskoho universytetu - Bulletin of Lviv University, 28,* 225–238. Lviv [in Ukrainian].

7. Koliastruk O. A. (1975). Presa USRR v konteksti polityky ukraiinizatsii (20–30-ti rr. XX st.) [The press of Ukrainian SSR in the context of Ukrainization policy (20–30ies of XX century)]. http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_all/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21COLORTERMS=0&S21STR= *Extended abstract of candidate's thesis.* Kyiv [in Ukrainian].

8. Kroichyk L. Sovremenyi gazetnyi pheleton [Modern newspaper feuilleton]. Voronezh: Published by Voronezh University [in Russian].

9. Nikulin I. (2013). Sovetskie satiricheskie periodicheskie izdania 1920-kh godov:sistemnye sviazi kontenta i tipologicheskikh kharakteristik [Soviet satiric periodicals of 1920ies: system relations of content and typological characteristics]. *Extended abstract of candidate's thesis.* Krasnodar [in Russian].

10. Orlyk O. (2009). Zhurnalni vydania 20–30-h rokiv XX stolitia iak dzherelo doslidzhenia vydavnychoi spravy v Ukraiini [Journal type edition of 20-30ies of the XX century as the source of investigation of publishing in Ukraine]. *Visnyk Knyzhkovoi palaty – Bulletin of Book Chamber, 6,* 37–40 [in Ukrainian].

11. O satiriko-yumoristicheskikh zhurnalakh: Postanovlenie otdela pechati TSK VKP (b) [On satiric and humorous magazines: Decree of printing department of the CC RCP (b)] *Krasnaia pechat – The read seal, 11,* 74. [in Russian]

12. Saidov A. SH. (1979). Satiricheskaia publitsistika v uzbekhskoi sovetskoi periodicheskoi pechati (voprosy istorii, teorii i practiki) [Satire publicism in Uzbekistan Soviet periodicals (the issues of history, theory and practice)]. *Extended abstract of candidate's thesis.* Moscow [in Russian].

13. Ulianova K. L. (2009). Presa Luhanschyny 1917–1938: stanovlenia ta osnovni tentedtsii rozvytku [The press of Luhanschyna of 1917–1938: formation and the main development trends]. http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21COLORTERMS=0&S21STR= *Extended abstract of candidate's thesis.* Zaporizhia [in Ukrainian].

14. Philipenko Ye. S. (2014). Zhanrovo-komunikatyvni osoblyvosti pheiletoniv u hazeti «Chervonyi Step» (1924–1925) [Genre and communicative peculiarities of feuilletons in «The Red Steppe» newspaper (1924 - 1925)]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky – Scientific notes of the Journalism Institute,* T. 54, 173–178 [in Ukrainian].

15. Shafir Ya. (1923). Pochemu my ne umeem smeiatsia? [Why cannot we laugh?]. *Krasnaia pechat – The read seal, 17,* 6 [in Russian].

16. Shukurov I. Sh. (1982). Konflikt v satiricheskoi publitsystike [Conflict in satire publicism]. *Extended abstract of candidate's thesis.* Moscow [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 12.12.2015

Наукове видання
Scientific edition

ОБРАЗ
Науковий журнал

OBRAZ
Scientific Journal

Випуск 1 (19) ' 2016

Issue 1 (19) ' 2016

Над випуском працювали:

Коректори
Юлія Бондаренко, Ніна Гавриленко

Відповідальний за випуск
Володимир Садівничий

Підписано до друку 11.03.2016
Формат 70x108/16. Гарнітура SchoolBook. Обл.-вид. арк. 13,88. Ум. друк. арк. 13,65.
Друк різографічний. Наклад 300 примірників

Додрукарську підготовку здійснено у навчально-науковому центрі
«Систем та засобів соціальних комунікацій»
кафедри журналістики та філології
Сумського державного університету

Адреса редакції:
40007, м. Суми, вул. Римського-Корсакова, 2,
Кафедра журналістики та філології, кімн. 1107,
тел. +38-0542-68-78-50, e-mail: obraz@sumdu.edu.ua

Видавець і виготовлювач:
Сумський державний університет
40007, м. Суми, вул. Римського-Корсакова, 2.
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру ДК № 3062 від 17.12.2007.