

КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



**ГРЕНЬ ЗОРЯНА ТАРАСІВНА**

УДК 070.481:[32/33+008](410.111):070(477)''1991/2019''(043.3)

**«THE ECONOMIST»: ФУНКЦІОНАЛЬНО-ТИПОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ,  
ОСОБЛИВОСТІ ПРИСУТНОСТІ  
В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ**

27.00.04 – теорія та історія журналістики

**АВТОРЕФЕРАТ**

дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата наук із соціальних комунікацій

Запоріжжя – 2021

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано в Науково-дослідному інституті пресознавства Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника.

**Науковий керівник** – доктор наук із соціальних комунікацій, професор  
**СНІЦАРЧУК Лідія Віталіївна**,  
Львівська національна наукова бібліотека України  
імені В. Стефаника,  
заступник генерального директора з наукової роботи,  
директор Науково-дослідного інституту пресознавства.

**Офіційні опоненти:** доктор наук із соціальних комунікацій, професор  
**ПОНОМАРЕНКО Людмила Григорівна**,  
Київський національний  
університет імені Тараса Шевченка,  
професор кафедри мови та стилістики  
Інституту журналістики;

кандидат наук із соціальних комунікацій  
**ДУДЧЕНКО Людмила Миколаївна**,  
Сумський державний університет,  
старший викладач кафедри журналістики та філології.

Захист відбудеться «29» квітня 2021 р. о 12<sup>00</sup> годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 17.127.05 Класичного приватного університету за адресою: 69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70б, ауд. 124.

З дисертацією можна ознайомитися у Науковій бібліотеці Класичного приватного університету за адресою: 69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70б, ауд. 114.

Автореферат розісланий «29» березня 2021 р.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради



С. В. Белькова

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Обґрунтування вибору теми дослідження.** Розвиток українського суспільства після здобуття незалежності спрямований на поступове й наполегливе формування нового соціокомунікативного простору. Українське масмедійне середовище стало особливо наголошувати на доцільності переймання стандартів журналістики, взоруючись на поважні європейські та американські засоби масової комунікації, як-от: «Die Zeit», «The Daily Telegraph», «Financial Times», «The New York Times», «Washington Post» тощо. Досвід закордонних журналістів у висвітленні складних суспільно-політичних, економічних, культурних проблем соціуму й надалі є затребуваним. Особливу увагу, зокрема, привертають матеріали впливового британського тижневика «The Economist», який розпочався ще 1843 р. у Лондоні й виходить донині. З позицією тижневика звіряють своє бачення дійсності пресові масмедіа не лише Великої Британії, а й інших європейських країн. Значною мірою посилаються на погляди, твердження, висновки британських колег журналісти сучасних українських пресодруків «День», «Новое время», «Україна молода», «Український тиждень», інших вітчизняних газет і журналів. Саме це актуалізує потребу різноаспектного вивчення потужного медіадосвіду тижневика, зокрема його історико-функціональних та типологічних рис, а також з'ясування особливостей входження до інформаційного простору України.

Теоретичне підґрунтя дослідження сформували праці, присвячені: *історії британської пресової журналістики загалом і окремих пресодруків XIX–XX ст. зокрема:* Е. Арессе, Ю. Бідзілі, Р. Вайсмана, Р. Едвардс, І. Жиленко, А. Зевіна, О. Кирилової, М. Конбоя, О. Мелещенка, Р. Неграйна, М. Палієнко, В. Парсонса, К. Сіріньок-Долгарьової, І. Срібняка, В. Трикова, Т. Хітрової, Б. Чернякова та ін.; *теорії журналістики та пресознавства:* В. Здоровеги, Н. Зелінської, В. Іванова, І. Крупського, В. Лизанчука, А. Москаленка, Б. Потятиника, Є. Прохорова та ін.; *типології преси:* Ю. Бужинської, С. Гур'євої, Л. Дудченко, В. Московцевої, Е. Огар, Л. Теплової та ін.; *якісній британській пресі:* С. Блавацького, Н. Габор, М. Житарюка, Т. Лиля, Й. Лося та ін.; *специфіці міжнародної медіакомунікації:* А. Бессараб, О. Зернецької, Н. Зикун, Л. Пономаренко та ін.; *особливостям контенту зарубіжної преси:* О. Бутирського, В. Павленко, О. Ткаченко, С. Тхоровської та ін.; *іміджу України в закордонних масмедіа:* М. Бутиріної, Н. Варех, Т. Водотики, Ю. Гаркавенко, Т. Гиріної, В. Гусевої, Н. Зикун, Є. Магди, І. Слісаренка та ін.

Аналіз праць, у яких висвітлено дотичні до титульної теми аспекти, свідчить, що британський тижневик «The Economist» досі ще не був об'єктом як системного вивчення в історико-пресознавчому контексті, так і типологічного дослідження; не осмислено також його досвід входження в інформаційний простір України. Усе це зумовило вибір теми дисертації, її мету й завдання.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Проблематика дисертації пов'язана з науковими темами Науково-дослідного інституту пресознавства Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника: «Періодика другої половини ХІХ – першої третини ХХ ст. на українських землях: бібліографічні, функціонально-типологічні, біографічні компоненти» (державний реєстраційний номер 0113U006489), «Українська преса першої чверті ХХ ст.: репертуар, бібліографічні виміри, комунікаційне середовище» (державний реєстраційний номер 0116U008302), «Українська преса 1920–1930-х рр.: типологічні моделі, інформаційні можливості, журналістські спільноти» (державний реєстраційний номер 0120U101191), однією з виконавців яких є здобувачка.

**Мета й завдання дослідження.** *Мета дослідження* – надати функціонально-типологічну характеристику видання «The Economist» у контексті світової журналістики ХІХ–ХХІ ст. та виявити особливості його присутності в інформаційному просторі України.

Для досягнення цієї мети поставлено такі *завдання*:

- проаналізувати стан вивчення преси Великої Британії загалом і «The Economist-а» зокрема в українському та закордонному науковому дискурсі й визначити основні тематичні напрями досліджень;

- охарактеризувати особливості становлення тижневика, його еволюційну динаміку, окреслити коло особистостей (редакторів та журналістів), причетних до його розвитку;

- з'ясувати специфіку функціонування тижневика на сучасному етапі, окреслити його тематичні, ідеологічні, ціннісні доміанти, особливості переходу від друкованого пресового видання до сучасного медіаресурсу;

- визначити типологічну модель тижневика, розкрити його цільові, тематичні, аудиторні характеристики;

- схарактеризувати своєрідність присутності «The Economist-а» в інформаційному просторі України, відстежити й розглянути найбільш резонансні для українського соціуму публікації тижневика шляхом наскрізного аналізу контенту українських масмедіа за 1991–2019 рр.;

- виявити та проаналізувати основні тенденції висвітлення в тижневику української проблематики впродовж 1991–2019 рр.

*Об'єкт дослідження* – тижневик «The Economist» (Велика Британія).

*Предмет дослідження* – особливості функціонування та типологічні характеристики видання «The Economist» у контексті світової журналістики ХІХ–ХХІ ст. та в інформаційному просторі України.

*Хронологічні межі дослідження* охоплюють 1991–2019 рр. Нижня межа цього періоду пов'язана зі здобуттям незалежності України і, відповідно, початком докорінних змін в українському інформаційному просторі, що став

реформуватися в бік європейських стандартів журналістики, пошуку ефективних моделей функціонування, та одночасним проникненням української проблематики на сторінки світової преси. Верхня межа, 2019 р., охоплює сьогоднішнє і, замикаючи майже тридцятирічну ретроспективу, засвідчує продовження взаємоінтеграційного процесу між українськими й закордонними масмедіа, якісна, надійна та об'єктивна аналітика яких асоціюється, зокрема, з тижневиком «The Economist».

*Емпірична база дослідження:* тижневик «The Economist» за 1991–2019 рр. (понад 1500 чисел), сайт [www.economist.com](http://www.economist.com); українські газети «Голос України» (1991–2019), «Дело» (2005–2019), «День» (1996–2019), «Дзеркало тижня» (1994–2019), «Инвестгазета» (1995–2014; 2017–2019), «Сегодня» (1997–2019), «Україна молода» (1991–2019), «Экономические известия» (2006–2014) та журнали «Бізнес» (1992–2019), «Контракти» (1990–2019), «Кореспондент» (2002–2019), «Новое время» (2014–2019), «Український тиждень» (2007–2019), «Фокус» (2006–2019), «Експерт Україна» (2004–2019), «Forbes Україна» (2011–2019).

**Методи дослідження.** У ході виконання поставлених завдань дослідження використано такі методи: *історичний* – для вивчення історичного контексту заснування, розвитку та функціонування тижневика; відтворення перебігу ключових подій української історії, до яких він звертався у своїх матеріалах (підрозділ 2.1, розділ 4); *бібліографічно-описовий* – для формування джерельної бази, опрацювання історіографічної складової; *біографічний* – для вивчення внеску журналістів і редакторів у заснування тижневика та його розвиток (пункт 2.1.2); *структурний аналіз* – для розгляду тижневика як єдності його компонентів, зв'язків між ними (підрозділ 2.2); *аналітико-синтетичне опрацювання інформації та узагальнення* – для визначення специфіки сучасної преси в усьому її типологічному розмаїтті та конкретно стосовно тижневика «The Economist» (розділи 2–4); *компаративний* – для виокремлення спільного й відмінного в усьому масиві досліджуваних даних (розділи 1–4); *контекстуальний* – для вивчення впливу соціальних, політичних, культурних чинників на формування пресової журналістики у Великій Британії ХІХ–ХХІ ст. та в Україні 1991–2019 рр. (підрозділ 2.1, розділи 3, 4); для виявлення типологічних, функціональних і структурних особливостей тижневика (розділ 2), а також періодичних видань, які вміщували передруки та цитування з «The Economist-a» (розділ 3); *контент-аналізу* – для встановлення взаємозалежності між типологічними характеристиками й тематикою передруків та цитувань, їхнім контентом; для окреслення й інтерпретації масиву публікацій різної тематики (розділи 3, 4); *описово-аналітичний* – для ідентифікації факторів, характерних для журналістського способу рефлексій на визначальні явища та процеси суспільного життя (розділи 3, 4); *системний* – для визначення місця тижневика в системі

преси, а його публікацій – у глобальному потоці відтворення й аналізу українського суспільно-політичного життя в закордонній пресовій журналістиці, його участі у формуванні іміджу України (розділи 3, 4).

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в тому, що:

*вперше:*

– уведено до наукового обігу в Україні 89 англomовних праць закордонних дослідників, присвячених історії світової, зокрема британської, журналістики XIX – початку XXI ст., що дало змогу отримати нові знання з теорії та історії галузі, виявити новітні тенденції вивчення світового медіадосвіду і його теоретичного осмислення, що полягають у зосередженні уваги науковців на такому: історії медіабрендів крізь призму політичних та ідеологічних концепцій (демократії, лібералізму, впливу різних типів масмедіа на політичне життя), тобто політизації історичних медіадосліджень; американізації європейських ЗМК; трансформації традиційних форм медіа, дифузії жанрових форм, стрімкому розширенні цифрового контенту; впливі маркетингових стратегій на успішність функціонування медіабрендів; характеристиках аудиторії з урахуванням диверсифікації ЗМК на різних платформах; медіаконтенті в порівняльному аспекті;

– виявлено та охарактеризовано найбільш резонансні для українського соціуму публікації «The Economist-а», присвячені українським реаліям (819 статей), на підставі яких виділено низку підходів до висвітлення української проблематики: *ідейно-концептуальні* (політизація новин українського життя, сфокусованість на Україні як нестабільному чиннику політичної та економічної безпеки в Європі; акцент на суспільних чинниках, що роз'єднують, – мова, ідеологія, релігія, історія, громадська пасивність населення); *політико-правові* (засудження неефективних та нерішучих дій влади (інституту президента, парламенту, уряду) у просуванні реформ; чітка дихотомія влада-народ у розгляді української проблематики; підтримка розвитку громадянського суспільства в Україні та свободи слова; однозначна підтримка територіальної цілісності України; засудження російської агресії на Сході й окупації Криму, підтримка санкцій міжнародних організації щодо Росії); *часово-просторові* (постійний зв'язок з актуальним політичним порядком денним з розширенням на загальноєвропейський і глобальний контекст та одночасним висвітленням регіонального українського контексту, що дає змогу бачити Україну в її багатовимірності й мультикультурності, акценти на географічному розмаїтті українського простору, часте зіставлення з іншими країнами); *жанрово-структурні* (багатошарове накладання подієвого контенту для максимального висвітлення однієї теми, використання фрагментів репортажу в загальній розповідній канві тексту для посилення психологічного ефекту присутності на місці події, часте введення людських образів для побудови неабстрактного, а

олюдненого зв'язку із читачем (політики, урядовці, експерти, громадяни), звертання до фактографічної, фінансової, економічної інформації, графічний та діаграмний аргументаційний супровід, прогностичні фінальні оцінки); *мовностилістичні* (широке використання емоційно забарвленої лексики, ідіом, фразеологізмів, відсилок до пам'яток культури, світової та регіональної історії, регіональної лексики з метою відтворення в текстах національного колориту; активне залучення в текстову канву історичних паралелей і суспільно-політичних порівняльних контекстів);

– визначено й доведено, що специфіка опертя журналістів українських пресодруків на матеріали британського тижневика полягає у використанні цитування, покликання, повнотекстових та фрагментарних передруків публікацій «The Economist-a», що сприяє об'єктивності висвітлюваних проблем і підсиленню аргументаційної бази українських масмедіа;

*удосконалено:*

– систематизацію основних чинників, що впливають на зарахування періодичних видань до типу журналу новин, таких як: періодичність, зв'язок з актуальним порядком денним, відсутність тематичних обмежень, відбір новин на підставі їх значущості для суспільства, обов'язкова наявність аналітичного компоненту, доступність викладу, журналістський підхід до висвітлення подій, наявність ілюстративного та графічного супроводу публікацій;

*набуло подальшого розвитку:*

– спостереження над науковим осмисленням явища проникнення й використання чинної ефективної моделі закордонного засобу масової комунікації в українському медіасередовищі, що виявляються в практиці українських ЗМК через запровадження концептуальних підходів до формування та структурування контенту за взірцем іншого видання, досвіду його медіаменеджменту й маркетингу, застосування успішних супутніх форм діяльності (організація конференції, форумів, майстер-класів та глобальних дискусійних майданчиків), як у довільній формі, так і в рамках можливого ко-брендингу;

– дослідження особливостей реагування на події українського суспільно-політичного життя в закордонних засобах масової комунікації, зокрема через поглиблене вивчення національних історичних і ментальних особливостей, аналогії та паралелі з іншими націями й суспільно-політичними формаціями, вибудовування політико-економічного та культурного контексту як обов'язкового компоненту аргументації, залучення широкої експертної бази.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в такому:

– у науково-практичній площині – теоретичні положення та висновки розкривають тематичні напрями для нових наукових досліджень закордонної преси, зокрема для вивчення її впливу на українське суспільство. Використання

результатів та висновків дослідження у журналістській практиці сприятиме розширенню інформаційно-аналітичних можливостей та покращенню фахової майстерності, виробленню певного алгоритму в роботі масмедіа;

– у *практичній діяльності* – запропоновані основні моделі вивчення пресового видання в історико-функціональному й типологічному аспектах використано в історико-бібліографічних та історико-пресознавчих дослідженнях новітнього етапу історії журналістики, які провадяться в Науково-дослідному інституті пресознавства Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника;

– у *навчальному процесі* – отримані теоретичні та практичні результати дослідження використано як матеріали до низки навчальних курсів для підготовки фахівців за спеціальністю 061 «Журналістика» у Львівському національному університеті імені Івана Франка (довідка № 123/ж від 25.11.2020), Українській академії друкарства (довідка № 64-10/493 від 17.09.2020), Національному університеті «Львівська політехніка» (довідка від 25.05.2020).

**Особистий внесок здобувача.** Дисертацію, автореферат й опубліковані наукові статті, в яких викладено основні положення роботи, здобувачка виконала самостійно.

**Апробація результатів дослідження.** Результати дослідження доповідалися та обговорювалися на міжнародних і всеукраїнських науково-теоретичних та науково-практичних конференціях: «Українська періодика: історія і сучасність» (м. Львів, 2005, 2008, 2018 pp.); «Książka, biblioteka, informacja – między podziałami a wspólnotą» (м. Кельце, 2006 p.); «Українська журналістика в двохсотлітній ретроспективі (з нагоди 200-річчя першої в Східній Україні газети «Харьковский еженедельник»)» (м. Харків, 2012 p.); «Стандарти журналістики та професійної освіти в період суспільних трансформацій» (м. Львів, 2015 p.); «Пресознавство як компонент соціокультурних досліджень» (м. Львів, 2015, 2016, 2017, 2019 pp.); «Українські ЗМІ в європейському інформаційно-комунікаційному просторі: історія, стан, перспективи» (м. Ужгород, 2019 p.); «Wissenschaftliche Ergebnisse und Errungenschaften» (м. Мюнхен, 2020 p.); «Science and Technology» (м. Манчестер, 2020 p.).

**Публікації.** Основні положення й результати дослідження відображено в 16 друкованих працях, з яких: 10 – статті в наукових фахових виданнях України, 1 – стаття в зарубіжному науковому періодичному виданні, 5 – матеріали конференцій.

**Структура та обсяг дисертації.** Робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Повний обсяг дисертації – 270 сторінок, з яких основного тексту – 190 сторінок. Список використаних джерел містить 432 найменування.



## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано вибір теми; розкрито зв'язок роботи з науковою програмою; визначено мету, завдання, об'єкт та предмет, хронологічні межі та методи дослідження; аргументовано наукову новизну роботи й практичне значення одержаних результатів; вказано особистий внесок здобувачки й апробацію результатів дослідження.

У **першому розділі** – *«Преса Великої Британії як об'єкт наукового вивчення»* – розглянуто особливості наукового осмислення британської пресової журналістики та одного з її феноменів – тижневика *«The Economist»*; виявлено недосліджені й маловивчені наукові аспекти проблеми, що набули розвитку в дисертації.

У **підрозділі 1.1** *«Стан наукового опрацювання проблеми в дослідженнях українських науковців»*, що містить оглядово-аналітичну характеристику надбань українського журналістикознавства, акцентовано особливості наукового вивчення британської преси загалом та *«The Economist-a»* зокрема. Сучасні історико-пресознавчі дослідження системи британської преси суттєво відрізняються від тих, що провадилися до часу набуття української незалежності, концепцією побудови, методологічним опертям, джерельною базою. Для українського пресознавства такі праці мають важливе практичне значення, адже містять аналіз досвіду функціонування конкретних пресових феноменів, укладають типологічні паралелі та наводять приклади успішного імпорту окремих медіамоделей. Історію розвитку та функціонування британської преси загалом та тижневика *«The Economist»* зокрема вивчали Ю. Бідзіля, М. Житарюк, О. Кирилова, О. Мелещенко, І. Срібняк та М. Палієнко, К. Сірінюк-Долгарьова, Б. Черняков; її типологічні особливості – Ю. Бужинська, Л. Дудченко, О. Колісник, В. Московцева; специфіку міжнародної медіакомунікації – А. Бессараб, Н. Зикун, Л. Пономаренко; різноаспектну проблематику якісної преси – Н. Габор, В. Жугай, Т. Лильо, Й. Лось, А. Москаленко, Б. Потятиник; явище стереотипізації – М. Бутиріна, Н. Варех, Ю. Гаркавенко; концептуально-модельні характеристики – С. Блавацький, Т. Бондаренко, О. Гудошник, О. Кирилова, О. Лазарчук, А. Ліченко, О. Луценко, Л. Питльована, О. Почапська, Н. Руденко, Л. Хотюн; жанрові особливості – К. Карпова, О. Кучерова; певні аспекти дискурсивних практик пресової журналістики – І. Жиленко і В. Бадрак, Р. Білоус; специфіку формування іміджу України – М. Бутиріна, Н. Варех, Ю. Гаркавенко, Т. Гиріна, В. Гусева, Н. Зикун, А. Катунін; журналістську та публіцистичну діяльність відомих діячів преси – О. Деяк-Якобишин, А. Мельник, Б. Носова, Л. Шутяк; особливості контенту – О. Бутирський, О. Лазарчук, В. Павленко, О. Ткаченко. Визначено, що прицільних досліджень, які розкривали б особливості становлення й розвитку цієї преси загалом і окремих пресодруків зокрема, обмаль. Це стосується також і об'єкта дослідження – тижневика *«The Economist»*.

У підрозділі 1.2 «Британська преса і “The Economist” у працях закордонних науковців» подано характеристику особливостей вивчення пресової журналістики Великої Британії та об’єкта дослідження. Зроблено припущення, що через свою спеціалізацію «The Economist», на відміну від масових видань середини XIX ст., не завжди присутній у класичних роботах сучасників, за винятком праць Г. Боурна, А. Ендрюса. Наукове осмислення феномену «The Economist» розпочалося у працях авторів XX ст., які вивчали історію британської преси в ретроспективі (Л. Брейк, М. Гемптон, Г. Герд, М. Демур, М. Конбой, Дж. Стіл), зокрема в площині її відносин із соціумом (Г. Баркер, Р. Бергер) і політикумом (Б. Макнаяр), розвитку політичної (С. Кос, Р. Неграйн), фінансово-економічної (Е. Арресе, В. Парсонс) преси, інтелектуальної журналістики (Н. Беррі), газетної та журнальної періодики (Д. Абрагамсон), становлення журналістики як професії (Е. Марр), а також економічних аспектів діяльності преси в умовах розвитку сучасних технологій (А. Греко).

Особливе місце в історіографії окресленої проблеми посідає ґрунтовне багатоаспектне історичне дослідження Р. Д. Едвардс «The Pursuit of Reason» («У пошуках причин»), що охоплює період функціонування «The Economist-a» від 1843 р. до 1993 р. і містить величезний обсяг історичної інформації, зокрема статистичних даних, архівних документів, редакційних матеріалів, мемуарів. Значним внеском у вивчення феномену «The Economist-a» стала праця А. Зевіна «Liberalism at Large: The World According to the Economist» («Лібералізм уповні: світ яким його бачить «The Economist»).

У другому розділі – «“The Economist”: історико-функціональні та типологічні особливості» – означено важливі віхи у «біографії» пресодруку; з’ясовано особливості його видавання; охарактеризовано типологічні ознаки.

У підрозділі 2.1 «Історія тижневика крізь призму трансформації від традиційного пресодруку до сучасного медіаресурсу» відтворено загальну картину еволюційної динаміки тижневика від початків його створення (1843 р.) до сьогодення.

У пункті 2.1.1 «Започаткування й розвиток тижневика» на широкому тлі подій, пов’язаних з діяльністю «Anti-Corn Law League» («Ліги за скасування хлібних законів»), проаналізовано ідейну платформу, на якій засновувався часопис, що є важливо для розуміння мотивів його видавання загалом. У другій половині XIX ст. «The Economist» перебував на етапі поглиблення суспільно-економічної спеціалізації, надалі активно розвивався, вдосконалювався професійно, ангажуючи тим самим до читацького кола поважну (елітну) аудиторію.

У пункті 2.1.2 «Творчий колектив: редактори, журналісти, автори» визначено й відзначено імена осіб, причетних до створення авторитетності тижневика впродовж другої половини XIX – XX ст. Більшість авторів тижневика – непересічні талановиті особистості, фахівці високого рівня, визначні діячі

політики, економіки та культури Великої Британії ХІХ–ХХ ст., які залишили помітний слід в історії тижневика і британської журналістики загалом. Це, зокрема, Л. Айнауді, В. Бейджгот, Дж. Вільсон, Р. Гаттон, Т. Годскін, Ф. Й. Редліх, Г. Спенсер, А. Тойнбі. Авторитет редакторів й авторів у політичному й економічному середовищі, членство у поважних наукових товариствах та елітних клубах, їх потужна аналітика, вміщувана в тижневику, були важливими факторами формування читацької аудиторії з відповідним інтелектуальним і фаховим рівнем, що, своєю чергою, позначалося на покращенні контенту видання, його успішності та ексклюзивності.

У пункті 2.1.3 *«Комунікаційні стратегії в умовах сучасності»* розглянуто питання про специфіку функціонування «The Economist-a» в часи інформаційної глобалізації. Відзначено, зокрема, що наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. тижневик став одним із флагманів серед масмедіа світового масштабу. Акцентовано визначальні зміни у структурі та тематиці видання, що вплинуло на його типологічні риси, охарактеризовано супровідну медіадіяльність працівників тижневика (заснування різнотипних медіадодатків, наприклад щорічника «Світ у...», мережева комунікація, функціонування дослідницької служби «The Economist Intelligence Unit» тощо). Підкреслено, що відданість початковим імперативам тижневика продовжує формувати інтерпретаційну платформу його контенту і нині.

У підрозділі 2.2 *«Журнал новин: типологічні характеристики»* подано всебічний типологічний аналіз видання. У роботі тижневик ідентифіковано як журнал новин, при цьому розглянуто й аргументи авторитетних учених, які вважають належність видання до ділової (Л. Дудченко), політико-економічної та наукової (О. Мелешенко), спеціалізованої економічної (В. Парсонс) преси. Охарактеризовано основні функції тижневика, зокрема інформаційну, регулятивну, опінієтворчу. Відзначено, що тематика тижневика – універсальна із переважанням суспільно-політичної та економічної проблематики, читацька аудиторія – освічена частина громадянства, яка прагне отримати якісну синкретичну інформацію про проблеми й події у світі. Заснований 1843 р., тижневик еволюціонував від вузькоспеціалізованого періодичного видання до інтелектуального тижневика з універсальною тематикою та аналітичним підходом до висвітлення інформації. Високий наклад, добірна читацька аудиторія, чималі прибутки підтверджують ефективність цієї медіамоделі.

Систематизовано основні чинники, що впливають на зарахування періодичних видань до типу журналу новин, а саме: періодичність, зв'язок з актуальним порядком денним, відсутність тематичних обмежень, відбір новин на підставі їх значущості для суспільства, обов'язкова наявність аналітичного компоненту, доступність викладу, журналістський підхід до висвітлення подій, наявність ілюстративного та графічного супроводу публікацій.

У **третьому розділі** – «*“The Economist” в українському медійному середовищі*» – виявлено та описано різнотипні форми присутності «The Economist-a» в українському інформаційному просторі, його вплив на формування редакційної стратегії українських пресодруків, на вибір проблемно-тематичних компонентів їх змісту та особливостей стилю і стилістики подання інформації.

У **підрозділі 3.1** «*“The Economist” в українському соціумі: комунікаційний аспект*» визначено, що інтерес тижневика до України виявився передовсім у співпраці з низкою пресодруків, зокрема з «Українським тижнем» і «Новим часом», у реалізації спільних медіапроектів, а також в організації й партнерській підтримці різнопланових івентів, конференцій, самітів тощо. Зокрема, конференції під назвою «Україна – погляд зсередини...» (2010, 2011 рр. Лондон; 2013 р. Відень) були присвячені обговоренню стану економіки України, реалізації економічних реформ, а також інвестиційному потенціалу держави. З'ясовано імена журналістів і редакторів тижневика, які активно співпрацювали з українським масмедійним середовищем як автори публікацій, учасники медіаполілогів чи інтерв'ю, ініціатори майстер-класів для журналістів тощо. Це, зокрема, Біл Еммот, Енн Еплбом, Едвард Лукас, Ен Макелвой, Христя Фріланд, Деніс Чемберлін, Ноа Шнайдер, Вільям Шрайбер.

У **підрозділі 3.2** «*Тематична стратифікація контенту тижневика в українській пресі*» – відзначено, що причиною популярності «The Economist-a» в українському соціумі є його високий авторитет серед світових політичних та фінансових еліт, надійність і об'єктивність оцінок та прогнозів, глибина суджень, відсутність сенсаційності, виваженість і безсторонність. Саме тому публікації тижневика активно відстежували українські масмедіа, оприявнюючи їх повністю українській аудиторії або ж спираючись на їхні основні твердження, розлого цитуючи опубліковане. Найбільш схильними до опертя на матеріали видання були українські пресодруки «День», «Инвестгазета», «Контракты», «Новое время», «Сегодня», «Україна молода», «Український тиждень» тощо.

У **четвертому розділі** – «*“The Economist” : репрезентація України в світовому інформаційному просторі*» – проаналізовано й визначено основні проблемно-тематичні доміанти в корпусі текстів про Україну; відзначено ті ключові події та факти, що слугували інформаційним приводом для журналістів тижневика. Підкреслено, що це одне з небагатьох закордонних видань, яке демонструє глибоку обізнаність з українськими історичними, політичними, соціальними та культурними реаліями.

У **підрозділі 4.1** «*Від проголошення незалежності до Помаранчевої революції (1991–2004 рр.)*» простежено формування медіаобразу України на шпальтах тижневика у перші 14 років незалежності. Відзначено, що спосіб інтерпретації основних подій цього часового відтинку підтверджував сформовані закордонною пресою шаблони в українському питанні, спершу в контексті

колишнього пострадянського простору, згодом – як самостійного гравця на світовій арені. Це проілюструвала і проблемно-тематична спрямованість публікацій, в основі яких упродовж кількох перших років незалежності прямо чи опосередковано обговорювалась легітимність і життєздатність України як державного утворення, її політичні, економічні, соціальні ресурси, загрози з боку зовнішніх чинників і водночас її внутрішні суперечності. Констатовано, що найчастіше статті української тематики виходили як окремі матеріали у розділі «Європа», а їх суттєвою ознакою було постійне зіставлення з процесами й тенденціями інших європейських країн. Цей компаративний компонент як один із потужних аналітичних інструментів є важливим фактором аргументації та надійності отриманих висновків, а також обґрунтованості як короткотривалих, так і стратегічних прогнозів.

У підрозділі 4.2 «Від революції до революції (2004–2013 рр.)» проаналізовано журналістський дискурс «The Economist-а» про Україну під час Помаранчевої революції, події якої вплинули на суттєве збільшення кількості публікацій на українські теми, та післяреволюційні роки. Автори тижневика не лише максимально відтворили перебіг революційних подій, а й докладно витлумачили суспільно-політичні передумови, що привели до потужного сплеску народного гніву. Відзначено, що ці матеріали подано не лише у вигляді аналітичних чи фонових статей, а й у жанрі репортажу, що не зовсім властиво цьому аналітичному виданню. Ще одна прикмета зазначеного періоду: перед аудиторією тижневика поставав значний шерех громадських діячів, політиків, звичайних громадян. Особливе смислове навантаження супроводжувало також матеріали видання, в яких розкривалися акценти українсько-російських відносин, посилення російського впливу на Україну. Однією з тем, яка раз у раз порушувалася в тижневику, – змарнований економічний потенціал країни.

У підрозділі 4.3 «Від Революції Гідності до сьогодення (2013–2019 рр.)» подано особливості формування знань про Україну у «The Economist-i» у вкрай складні роки від початку Революції Гідності до сьогодення. Висвітлювані проблеми цього етапу також підпорядковані основній суспільно-політичній та економічній тематиці. Незважаючи на високу об'єктивність висвітлення, «The Economist» використовував при цьому шаблонну дихотомічну формулу «російськомовний схід» – «українськомовний захід». Роздуми на цю тему здебільшого вліталися в контекст аналітичних матеріалів політичної та економічної тематики без виокремлення в незалежний предмет. Загалом публікації тижневика про Україну ґрунтувалися на надійній фактологічній основі з посиланням на дослідницьку службу «Economist Intelligence Unit», документи Міжнародного валютного фонду, Міжнародного фонду виборчих систем, Центрального розвідувального управління США, власні опитування громадян тощо, що сприяло високій концентрації аргументів і обґрунтувань.

## ВИСНОВКИ

У дисертації вивчено особливості функціонування й типологічні ознаки британського тижневика «The Economist», виявлено та проаналізовано форми присутності тижневика в українському інформаційному просторі. Реалізація мети дослідження й виконання поставлених завдань дали змогу дійти таких висновків:

1. Вивчення наукових праць українських і закордонних фахівців, присвячених розгляду пресової журналістики Великої Британії загалом та тижневика «The Economist» зокрема, дало змогу виокремити такі основні напрями їх досліджень: структура системи британської пресової журналістики; її типологічні ознаки, особливості функціонування та розвитку часописів, які відіграли чималу роль у суспільно-політичному й культурному житті британців; публіцистична спадщина відомих особистостей, історія британської преси та журналістики загалом; стереотипізація в контексті преси Великої Британії. Здійснений огляд дав можливість не лише виокремити основні напрями, за якими провадяться дослідження британської преси, підтвердити їх різноаспектний тематичний діапазон, а й окреслити перспективи вивчення національних засобів масової комунікації (у цьому випадку – британських) на тлі світового досвіду.

Аналіз наукових праць – від загальних оглядових матеріалів до ґрунтовних розвідок – дав підстави говорити про недостатню вивченість проблеми, заявленої в титульній темі дослідження. При цьому зазначено, що тижневик «The Economist» донині комплексно не перебував у полі дослідницького зацікавлення українських науковців, а отже, й не був об'єктом їх системного наукового осмислення.

2. «The Economist» відіграв ключову роль у становленні й розвитку спеціалізованої преси Великої Британії ХІХ ст. як економічне видання, розраховане на фінансову та політичну еліту. Сам факт заснування «The Economist-а» засвідчив тенденцію до типологічного розширення системи британської преси ХІХ ст. та урізноманітнення журналістської спеціалізації.

Престиж видання в цей період ґрунтувався на авторитеті його засновника – фінансиста, промисловця та економіста Дж. Вільсона. Характерними рисами матеріалів часопису були їх надійність і достовірність, які забезпечували високий суспільний статус авторів та їх безпосередня участь у суспільно-політичному та економічному житті Великої Британії ХІХ–ХХ ст. Серед найвпливовіших редакторів ХХ ст. варто назвати В. Лейтона, який підтримував приватні контакти з політичними колами Європи та США. Широка кореспондентська мережа й той факт, що закордонними авторами часто були видатні політичні постаті, сприяли тому, що тижневик поступово став одним із найдостовірніших та найоб'єктивніших джерел політичної й економічної інформації. Анонімність публікацій є дотриманням традиції, яка бере свій початок від заснування

тижневика і має на меті домінування колективної ідентичності видання над персональними авторськими амбіціями. Це робить «The Economist» єдиним англomовним виданням у світі, в якому відсутні підписні статті.

«The Economist» був першим у системі британської преси незалежним спеціалізованим виданням, яке глибоко й аргументовано, у доступнішій, аніж це практикували інші наукові економічні журнали, формі, аналізувало події економічного та суспільно-політичного життя з позицій лібералізму. На відміну від масових газет і журналів, які звертались до економічної проблематики («Times», «Morning Chronicle», «The Punch», «The Spectator» та ін.), «The Economist» був заснований для читацьких потреб і запитів політичної та економічної еліти Великої Британії, а за тривалий період свого існування став одним із найавторитетніших незалежних міжнародних інформаційно-аналітичних видань, функціональним призначенням якого є аналітичне й інформаційне забезпечення міжнародних політичних та економічних аудиторій.

3. Специфіка функціонування тижневика «The Economist» на сучасному етапі полягає в об'єктивному та системному аналізі подій актуального світового порядку денного з метою інформаційно-аналітичного забезпечення процесів прийняття політичних, фінансових і світоглядних рішень на глобальному та транснаціональному рівнях, наслідки яких можуть впливати на міжнародну політику, економіку та безпеку в усьому світі.

У процесі дослідження виявлено трансформацію типологічних характеристик тижневика в історичній ретроспективі: розширення предмета відображення (від британської економіки, фінансів, аналізу законодавчих ініціатив британського парламенту до сучасних глобальних політичних, економічних, технологічних, культурних проблем тощо); цільової аудиторії (від політичної й фінансової еліти Британської імперії до глобальних світових еліт, глав держав і урядів, керівників транснаціональних корпорацій, політичних діячів країн світу, економічних, фінансових експертів, науковців, людей, чия діяльність пов'язана з прийняттям рішень); ареалу розповсюдження (від британської столиці до глобального світового медіаринку); форми видання (від друкованого журнального до паралельних друкованої та онлайн-версій, блогів, відео та подкастів, щоденної онлайн-газети і сторінками в соціальних мережах «Фейсбук», «Інстаграм», «Телеграм»).

4. Відзначено, що, хоча назва «The Economist» і несе вузьке семантичне навантаження, матеріали тижневика охоплюють якнайширші проблемно-тематичні площини. Саме цей факт актуалізував вивчення різноаспектного досвіду тижневика та окреслення його ідентичності, що дало підстави дослідникам зараховувати «The Economist» одночасно до спеціалізованої (економічної, ділової, фінансової, світоглядної), елітної та масової преси і, врешті, до журналів (на противагу тому, що «The Economist» зареєстрований як газета), зокрема до

журналів новин. В основі всіх цих ідентифікацій лежать різні типологічні характеристики, яким дослідники надавали перевагу в той чи інший період або ж залежно від визначених завдань. На основі багатоаспектності його типологічних ознак окреслено особливості функціонування «The Economist-a» та груп видань з аналогічною ідентифікацією (політична, фінансова, економічна, спеціалізована, ділова, якісна преса). Обґрунтовано, що «The Economist» подолав рамки фінансово-економічного (ділового) видання, розширивши порівняно з початковим етапом функціонування рівень проблемного й тематичного узагальнення, відмовившись від вузької спеціалізації та скерувавши зусилля на глобальний контент і політичну та економічну прогнозистуку. Таким чином, при типологічному аналізі тижневика необхідно враховувати подвійну суспільно-економічну суть його змісту. Обґрунтовано також його приналежність до якісної преси та пояснено означення тижневика як журналу новин.

5. Інтегрування тижневика в інформаційний простір України відбувалося поступово від середини 1990-х рр. через збільшення частотності згадувань «The Economist-a» в новинному контенті засобів масової комунікації, а також через участь редакції журналу в медіазаходах (конференціях, дискусіях, майстер-класах тощо), які відбувалися в Україні та за кордоном й активно висвітлювалися у пресі, через організацію спільних видавничих проєктів з українськими масмедіа тощо. У цьому контексті акцентовано також затребуваність матеріалів «The Economist-a» українськими масмедіа. Підтверджено, що публікації тижневика широко передруковувалися та розлого цитувалися не лише виданнями спорідненого проблемно-тематичного профілю, а й більшою мірою газетами й журналами універсального типу. Вивчення змісту в обраних для аналізу друкованих масмедіа дало змогу виявити масив публікацій «The Economist-a», які було сегреговано на такі групи: повнотекстові передруки або певні їх фрагменти; аналітичні матеріали, які містять посилання на викладені в публікаціях тижневика оцінки, судження, факти; інформаційні матеріали з викладом фактів, показників, індексів, кількісних розрахунків, прогнозів, що були оприлюднені на сторінках «The Economist-a», на сайті тижневика, а також дослідницькою службою «The Economist Intelligence Unit». Встановлено, що тематика цитованих матеріалів корелює з новинним порядком денним, тобто більшість цитованих матеріалів стосуються актуальних подій, пов'язаних з іміджем України на світовій арені, питань національної безпеки й оборони України, енергетичної безпеки, проблеми відносин із сусідніми державами, особливо з Росією, становлення економіки, корупції та її негативного впливу на імідж держави, міжнародної політики й перспектив України.

6. З метою з'ясування основних тенденцій відображення українських реалій було сформовано вибірку публікацій з «The Economist-a», здійснено їх хронологічний та рубрикаційно-тематичний розподіл.



Загалом проаналізовано 819 матеріалів, за якими виокремлено 31 тематичний компонент. Це, зокрема, Україна: загальні характеристики (площа, кількість населення, розташування), мовна політика, проблеми охорони здоров'я українців, діяльність президента, діяльність уряду, діяльність парламенту, відносини президента й уряду, вибори президента, вибори до парламенту, економічний стан, політична нестабільність, корупція в Україні, діяльність опозиції, економічні реформи, зовнішня політика України, відносини Україна і США, Україна і Росія, Україна і НАТО, Україна і СНД, Україна і Польща, Україна і Європейський Союз, еміграція українців до країн ЄС, сподівання Заходу щодо України, свобода преси, національна валюта, стан української промисловості, зокрема енергетичної галузі, інвестиційне законодавство, засоби масової комунікації в Україні, діаспора, громадська активність в Україні, релігійна ситуація тощо.

Узагальнення результатів аналізу масиву публікацій української тематики, опублікованих у тижневику «The Economist» за 1991–2019 рр., дало змогу стверджувати, що за цей період відбулася суттєва трансформація образу України: від «нешасної», «пасивної» пострадянської країни з «апатичним населенням», відсутністю еліти, неефективною економічною системою, непрофесійністю урядів, корупцією, жорстким ідеологічним протистоянням між Сходом і Заходом країни до держави, яка заслуговує на повноцінний вступ до Європейського Союзу з огляду на виформовану в ній європейську націю.

Проведення різнопланового вивчення пресової журналістики Великої Британії загалом та одного з найвпливовіших видань – тижневика «The Economist» має й надалі чималі перспективи в царині наук із соціальних комунікацій загалом, теорії та історії журналістики зокрема. Адже такі дослідження сприяють створенню потужної теоретико-методологічної платформи, необхідної для формування нових знань, розкривають нові тематичні напрями, а головне – дають змогу вповні використовувати історично потужний медіадосвід цієї європейської країни, що продовжує наповнюватися суголосними новій реальності ідеями та задумами.

## **СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

### ***Публікації, що висвітлюють основні наукові результати дисертації***

#### *Статті в наукових фахових виданнях України*

1. Грень З. Англійський тижневик «The Economist» (1843–2000) як тип видання. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2000. Вип. 7. С. 357–365.

2. Грень З. Світ у 2050 році (за матеріалами публікацій журналу «The Economist» (1999 р.). *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2000. Вип. 8. С. 384–391.

3. Грень З. Проблеми європейської інтеграції на сторінках тижневика «The Economist» (1997–2000 рр.). *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. Львів, 2001. Вип. 21. С. 311–316.

4. Грень З. Україна на сторінках англійського тижневика «The Economist» (1991–2000 рр.). *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2001. Вип. 9. С. 492–499.

5. Грень З. Місце тижневика «The Economist» у системі британської преси першої половини ХІХ ст. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2006. Вип. 14. С. 416–423.

6. Грень З. Особливості структури спеціалізованого періодичного видання (на прикладі тижневика «The Economist»). *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2007. Вип. 15. С. 422–428.

7. Грень З. «The Economist»: типологічні характеристики видання. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2008. Вип. 1 (16). С. 422–433.

8. Грень З. Тижневик «The Economist» у контексті розвитку журналістики Великобританії ХІХ–ХХ століть. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія Філологічні науки*. Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2009. № 23. С. 35–40.

9. Грень З. Українська нація в журналістському дискурсі «The Economist» (1991–2014 рр.). *Вісник Львівського національного університету. Серія журналістика*. Львів, 2015. Вип. 39. С. 16–20.

10. Грень З. Преса Великої Британії як об'єкт вивчення у працях українських медіадослідників. *Образ*. 2020. Вип. 2 (34). С. 42–53.

#### *Стаття в зарубіжному фаховому виданні*

11. Грень З. «The Economist» в українському масмедійному середовищі: комунікаційний аспект. *Knowledge, Education, Law, Management*. 2020. № 5 (33). Vol. 1. С. 93–98.

#### ***Публікації, що додатково відображають наукові результати дисертації та засвідчують обов'язкову апробацію матеріалів дисертації***

#### *Матеріали конференцій*

12. Грень З. Т. Типологічні особливості українських універсальних ділових тижневиків. *Українська періодика: історія і сучасність* : доп. та повідомл. дев'ятої Всеукр. наук.-теорет. конф., Львів, 28–29 жовт. 2005 р. Львів, 2005. С. 465–467.

13. Грень З. Сучасна українська ділова преса : типологічна структура. *Książka, biblioteka, informacja – między podziałami a wspólnotą : międzynarodowa konferencja naukowa : streszczenia referatów*, Kielce-Wólka Milanowska, 1–12 kwietnia, 2006. Kielce ; Wolka Milanowska, 2006. S. 23.

14. Грень З. З досвіду видання світової преси: редактори і журналісти тижневика «The Economist» (1843 р. – початок ХХ ст.). *Українська періодика: історія і сучасність* : доп. та повідомл. десятої Всеукр. наук.-теорет. конф., Львів, 31 жовт. – 1 листоп. 2008 р. Львів, 2008. С. 622–630.

15. Грень З. Культурна журналістика та «The Economist» (на прикладі публікацій про національні бібліотеки). *Science and Technology. Abstracts of the 8th International scientific and practical conference*. Nika Publishing. Manchester, Great Britain, 2020. P. 39–43.

16. Грень З. Т. Британський тижневик «The Economist» в інформаційному просторі України (за матеріалами національних друкованих періодичних видань). *Wissenschaftliche Ergebnisse und Errungenschaften: 2020 : der Sammlung wissenschaftlicher Arbeiten «ΛΟΓΟΣ» zu den Materialien der internationalen wissenschaftlich-praktischen Konferenz (B.3), 25 Dezember, 2020. München, Deutschland* : Europäische Wissenschaftsplattform, 2020. S. 9–11.

## АНОТАЦІЯ

**Грень З. Т. «The Economist»: функціонально-типологічні аспекти, особливості присутності в інформаційному просторі України». – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.04 – теорія та історія журналістики. – Класичний приватний університет, Запоріжжя, 2021.

У дисертації здійснено різноаспектне дослідження тижневика «The Economist» (Лондон, Велика Британія, 1843–), щільно інтегрованого в український інформаційний простір від початку незалежності України. Проаналізовано український та закордонний досвід вивчення пресової журналістики загалом і «The Economist-а» зокрема. Досліджено та визначено історико-функціональні особливості, основні тенденції розвитку тижневика, охарактеризовано специфіку функціонування на сучасному етапі. Здійснено тематико-типологічний аналіз видання як журналу новин, з'ясовано проблемно-тематичні особливості контенту, охарактеризовано його друковані й мережеві додатки. Особливу увагу звернено на форми присутності тижневика в українському інформаційному просторі. Виявлено та охарактеризовано найбільш резонансні для українського соціуму публікації «The Economist-а», присвячені українським реаліям. Проаналізовано особливості висвітлення української проблематики (суспільна, політична,

економічна, культурна), простежено характер сприйняття й розуміння цього контенту в українському масмедійному середовищі. Визначено тематичну стратифікацію публікацій тижневика в українських друкованих масмедіа, а також систематизовано різновиди запозичень журналістів з його матеріалів (цитування, покликання, повнотекстові та фрагментарні передруки).

**Ключові слова:** пресова журналістика, інформаційний простір, британський тижневик, журнал новин, тенденції розвитку преси, контент, друковані масмедіа, масмедійне середовище, тематична стратифікація публікацій.

## АННОТАЦІЯ

**Грень З. Т. «The Economist»: функціонально-типологічні аспекти, особливості присутності в інформаційному просторі України.** – Кваліфікаційна наукова робота на правах рукопису.

Дисертація на соискание ученой степени кандидата наук по социальным коммуникациям по специальности 27.00.04 – теория и история журналистики. – Классический приватный университет, Запорожье, 2021.

В диссертации осуществлено полиаспектное исследование еженедельника «The Economist» (Лондон, Великобритания, 1843–), плотно интегрированного в украинское информационное пространство от начала независимости Украины. Проанализирован украинский и зарубежный опыт исследования прессы в целом и «The Economist-a» в частности. Исследованы и определены историко-функциональные особенности, основные тенденции развития еженедельника, охарактеризована специфика функционирования на современном этапе. Осуществлен тематико-типологический анализ издания как журнала новостей, определены проблемно-тематические особенности контента, охарактеризованы его печатные и сетевые приложения. Особое внимание обращено на формы присутствия еженедельника в украинском информационном пространстве. Выявлены и охарактеризованы наиболее резонансные для украинского социума публикации «The Economist-a», посвященные украинским реалиям. Проанализированы особенности освещения украинской проблематики (общественная, политическая, экономическая, культурная), прослежен характер восприятия и понимания этого контента в украинской массмедийной среде. Определена тематическая стратификация публикаций еженедельника в украинских печатных массмедиа, а также систематизированы виды заимствований журналистов из его материалов (цитирование, ссылки, полнотекстовые и фрагментарные перепечатки).

**Ключевые слова:** прессовая журналистика, информационное пространство, британский еженедельник, журнал новостей, тенденции развития прессы, контент, печатные массмедиа, массмедийная среда, публикации.

## SUMMARY

**Hren Z. T. «The Economist»: functional and typological aspects, features of presence in Ukraine's information space.** – Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

Thesis for a Candidate Degree in Social Communications by Specialty 27.00.04. – Theory and History of Journalism. – Classic Private University, Zaporizhzhia, 2021.

The thesis is devoted to a study of «The Economist» weekly (London, Great Britain, 1843–) which became widely integrated into the Ukrainian information space after Ukraine got the independence. The works of Ukrainian and foreign researchers on press journalism and particularly, «The Economist» have been analyzed.

The main historical aspects and functions, the main tendencies in the weekly's development were researched and determined, especially today's activity. The thematic and typological analysis of the publication as a news magazine was carried out, the problems and thematic characteristics of its content were outlined, especially of its printed and digital versions.

Particular attention was paid to the forms of the weekly's presence in Ukrainian information space. Articles covering news from Ukraine, which occurred to be the most resonant for the Ukrainian society were revealed and characterized. The main approaches in covering the Ukrainian social, political, economic and cultural issues are analyzed, as well as the perception and understanding of this content in the Ukrainian mass media environment was traced. Weekly's publications in Ukrainian printed mass media were divided after subject and thematic principles, as well as the way which Ukrainian media and journalists use The Economist's content (citations, full-text and fragmentary reprints).

The practical value of the work lies in the introduction into scientific circulation in Ukraine of English-language works of foreign researchers on the history and practical aspects of the world, and particularly the British journalism of the 19th – early 21st centuries; identified and characterized the most resonant for Ukrainian society publications from «The Economist» on Ukraine (more than 819 articles), which allowed to analyze the features of coverage of Ukrainian issues (social, political, economic, cultural) by «The Economist» specific foreign press releases, and thus trace the way of understanding of this content in the Ukrainian mass media environment. The specifics of the use of materials of the British weekly by Ukrainian journalists, which consists in citing, quoting, full-text and fragmentary reprints from «The Economist», which contributes to the objectivity of the issues covered and strengthens the arguments of Ukrainian publications. The work shows the differences in typological approaches in referring publications to certain types of edition.

The research will contribute to the improving of information, analytical and professional skills of journalists, to the development of a certain algorithm in the work of the mass media. The proposed basic model of studying the press in historical, functional and typological aspects can be used in historical-bibliographical and press studies of the history of modern journalism; in the educational process as materials for training courses for training specialists in journalism.

**Key words:** press journalism, information space, «The Economist», British weekly, news magazine, press development trends, content, print media, mass media environment, publications.

**ГРЕНЬ ЗОРЯНА ТАРАСІВНА**

**«THE ECONOMIST»: ФУНКЦІОНАЛЬНО-ТИПОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ,  
ОСОБЛИВОСТІ ПРИСУТНОСТІ  
В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ**

27.00.04 – теорія та історія журналістики

**АВТОРЕФЕРАТ**

дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата наук із соціальних комунікацій

Підписано до друку 26.03.2021.

Формат 60×84/16. Папір офсетний. Друк різнографний. Гарнітура Times.  
Умовн.-друк. арк. 0,9. Обл.-вид. арк. 0,9. Тираж 150 пр. Зам. № 17-2021АБ.

---

Видавець та виготовлювач  
Класичний приватний університет  
69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70б

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
серія ДК, № 3321 від 25.11.2008