

УДК 007: 304: 070(477)

Географічні видання в системі науково-популярної періодики України

Geographic editions in the system of scientific periodicals of Ukraine

РЕФЕРАТ. Проведено аналітичне дослідження проблемно-тематичних аспектів географічних науково-популярних журналів, їх жанрової палітри; визначено основні закономірності подання інформації у виданнях цієї тематики.

Наголошено на спільних ознаках географічних та науково-популярних видань. Встановлено внесок географічних журналів у розвиток визначеного сегмента ЗМІ. Класифіковано географічні видання за аудиторним та тематичним спрямуванням. Доведено, що вони повною мірою виконують функції науково-популярної періодики, задовольняючи майже весь спектр зацікавлень аудиторії.

Розглядаються особливості фотоілюстрацій у вказаних медіа. Визначено роль фотоілюстративних матеріалів у реалізації мети досліджуваного типу періодики. Акцентована увага на вдалих прикладах використання фотографій та доведена їх привабливість для аудиторії.

Ключові слова: науково-популярна періодика, географічні видання, журналістські жанри, фотожурналістика.

ABSTRACT. An analytical investigation of problematic and thematic aspects of geographical scientific periodicals and their genres was conducted; the basic patterns of information presentation in the periodicals of this area were defined.

It was focused on the common features of geographical and popular scientific periodicals. It was defined the contribution of geographical periodicals into development of specified segment of the media. It was classified the geographical journals according to the target audience and thematic areas. It was proved that geographic journals perform fully the functions of popular scientific periodicals, falling almost with the entire range of audience interests.

It was described the features of photos illustrations in the mentioned media. It was defined the role of photos illustrative materials in realizing of the purpose of types of the periodicals studied. The attention was focused on the successful examples of using of photos and proved its attraction for the audience.

Keywords: popular scientific periodicals, geographic edition, journalistic genres, photo journalism.

Вступ. Наукові винаходи дедалі більше впливають на життя людей, тому ці досягнення необхідно популяризувати. Просвітницька місія журналістики має реалізуватись у нових аспектах і новітніми засобами, насамперед, науково-популярними медіа.

У цій статті досліджено географічні науково-популярні ЗМІ, які виходять друком в Україні. В умовах невисокої популярності загальнонаукових журналів просвітницьку функцію виконують саме видання географічного та туристичного напрямів, які завдяки цікавим подорожнім малюнкам та якісним фотоілюстративним матеріалам охоплюють велику аудиторію, що сприяє поступовому збільшенню їх тиражів. До цього сегмента завжди прикута увага читачів.

Проте науково-популярна періодика в Україні майже не вивчена науковцями. Тому вважаємо за необхідне провести дослідження періодичних видань цього спрямування для глибшого розуміння особливостей їх функціонування.

Вивчення наукової інформації у системі масової комунікації здійснювали О. Коновець, Н. Зелінська, Н. Непийвода, Т. Бондаренко. Безпосередньо досліджував проблему реклами науково-технічних новацій у ЗМК С. Соловйов. Також докладно проблеми наукової та науково-популярної комунікації розглядали Дж. Грегорі та С. Міллер з Нью-Йорка та Р. Холлімен з Оксфорда. Ці науковці одними з перших глибоко вивчили та класифікували знання про наукову комунікацію в усіх її формах та видах.



«Стосунки між наукою і ЗМІ можна спрощено представити як динамічний процес взаємодії між двома професійними культурами – журналістики і науки. Слід, однак, підкреслити, що до створення наукових новин можуть бути залучені ще й інші дійові особи: PR-компанії, неурядові організації, політики, члени відкритих акціонерних і приватних товариств», – зазначають автори практикуму «Наукова комунікація» [1, с. 19].

Ці самі вчені пишуть, що процес медіапрезентації наукових новин охоплює вибір (що включати, а чого уникати) і структурування (де розмістити повідомлення і як його представити) інформації у межах засобу, вибраного для розповсюдження (преса, радіо, телебачення). Англійський дослідник С. Міллер (Steve Miller) пояснює: «На практиці комунікація – засіб «медіаопосередкування» науки. Під опосередкуванням ми розуміємо опис певного фрагмента науки або сутності наукової теорії, вибір того, що має бути сказано або написано» [2, с. 206]. Тобто, на думку науковців, необхідно створити проміжну ланку, яка б поєднувала досягнення науки та мас-медіа [1, с. 19].

Дослідження науково-популярної інформації саме в системі географічних та туристичних видань поки що не проводилось. Як виняток, можна назвати статтю В. Добривечір, в якій розглянуто концепції науково-популярних журналів, згадується перша спроба запуску журналу «National geographic» української локалізації й описано особливості функціонування в Україні журналу «Вокруг света». Науковець зазначає, що «на сучасному етапі в Україні широко представлені російські версії науково-популярних журналів National Geographic, «В мире науки» (Scientific American), власне російські «Вокруг Света», «Наука и жизнь». І наявність їх на прилавках та розкладках говорить про те, що їх купують, хоча й вони мають високу вартість. А ось українськомовних науково-популярних журналів, незважаючи на позитивні відгуки про ці видання, не спостерігається. Здатність журналу добре продаватися в наш час стає одним із критеріїв його якості, тобто відповідності запитам читачів. Як відомо, час актуальності інформаційних матеріалів періодичних видань менший за книжкові, тож якщо журнал не надходить до читача одразу «в руки», якщо перебуває на полицях бібліотек, майже нанівець зводяться його комунікативна та інформаційна функції. Тож при аналізі концепцій науково-популярних видань увагу слід приділяти економічно вигідним проектам» [3, с. 30].

Історія виникнення і функціонування географічних науково-популярних журналів і телепрограм подана у працях деяких російських науковців. В. Парафонова у статті «Нау-

ково-популярні журнали в дореволюційний період» визначає журнал «Вокруг света» як такий, від якого зародилася науково-популярна журналістика в Російській імперії, до складу якої на той час входила Україна. Також дослідниця називає журнал географічно-природничого спрямування «Природа» одним із перших науково-популярних журналів в імперії. Російська вчена Є. Константинова в статті «Популяризація науки на сучасному російському екрані: криза, напрямки та шляхи подолання» розглядає радянські та сучасні телепередачі географічного та туристичного напрямів як ретранслятори популяризації науки. Авторка наводить приклади вдалого поєднання подорожніх нарисів і наукових заміток у телепрограмах «Непутевые заметки», «Клуб кинопутешествий».

Метою нашого дослідження є визначення особливостей функціонування ринку географічних науково-популярних журналів, контенту найпоширеніших журналів, їх рубрикації та жанрових особливостей, традиційних та новітніх засобів донесення інформації у таких виданнях.

Для досягнення поставленої мети ми маємо виконати низку завдань, а саме:

1. Подати історію функціонування географічної журналістики в Україні.
2. Дослідити особливості подання науково-популярного контенту.
3. Розглянути інноваційні методи, якими користуються редакції у цьому сегменті журналістики.

Об'єктом нашого дослідження є географічні та туристичні журнали в Україні. **Предмет наукової статті** – журнали «Вокруг света», «National geographic», «Світова географія», «Географія для допитливих», «Географія. Мультимедійний комплект «Розумники», «Український географічний журнал».

Докладно будемо вивчати два найпопулярніші журнали, представлені на ринку України, – «National geographic» та «Світова географія». Визначаючи їх популярність, ми спиралися на тиражні показники. Редакції цих видань заявляють про такі накладі: «National geographic» – 25000 примірників, «Світова географія» – 20000 примірників. Накладі інших вищезначених ЗМІ незначні або ж вони поширюються тільки по спеціальних фондах і спрямовані на доволі вузький сегмент аудиторії.

Методи дослідження. У своєму дослідженні ми послуговувалися такими загальнонауковими методами: аналіз як розчленування цілого предмета на складові частини; узагальнення як визначення загальних властивостей: ознак предмета дослідження.

Для здійснення пошуку причин: наслідків між явищами та їх результатами використано такі методи теоретичного дослідження: гіпотезо-дедук-



тивний метод (висування гіпотези та доведення її правильності або хибності завдяки дедукції).

Також ми застосували методи емпіричного дослідження: спостереження та опис.

Результати й обговорення. Географічні журнали завжди користувалися попитом у читачів. Розглянемо кілька найвідоміших видань цієї тематики в історичній ретроспективі. Вони з'явилися в інформаційному просторі України ще в XIX ст.

Одним із найстаріших видань географічного спрямування є журнал «Вокруг света». Він був заснований у Санкт-Петербурзі в 1861 р. і до сьогодні публікує інформацію про наукові та географічні відкриття, технічні досягнення, нові погляди на відомі історичні події, розповіді про відомих людей та їхні долі. Більшість матеріалів становлять репортажі, підготовлені спеціально для журналу.

Дослідниця В. Парафонова у статті «Науково-популярні журнали в дореволюційний період» охарактеризувала це видання так: «Дожив у сильно зміненому вигляді до наших днів щомісячний науково-популярний журнал «Вокруг света» (1860–1868), був створений як щомісячний науково-художній журнал. Потім «Вокруг света» виходив у 1885–1917 рр. як щотижневий ілюстрований журнал подорожей, науки, літератури і мистецтва. У радянські роки він видається як журнал сюжетної літератури, революційної романтики, наукової фантастики, пригод, подорожей і відкриттів (1931–1946, в 1946–1966 рр. – це щомісячний географічний науково-популярний журнал подорожей, пригод і відкриттів, з 1973 р. – щомісячний науково-художній журнал, що належить ЦК ВЛКСМ. У 2000 р. журнал змінює назву на «Подорожі навколо світу» і з 2001 р. виходить як щомісячний науково-популярний журнал ЗАТ «Орбіта медіасервіс», рекламований видавцями як "перший пізнавальний національний журнал Росії"» [4].

Основою для сучасних географічних медіа можна вважати телепередачі такої самої тематики. О. Константинова дослідила кілька телепрограм, що були популярними у 1960–1990-х рр. Ось, що вона пише про них: «Історія розвитку вітчизняного (російського. – прим. Д. Ф.) науково-популярного телебачення є драматичною: за бурхливим розквітом, що спостерігався в радянські роки, почалася глибока криза галузі, що затяглася з перебудови і донині. Результатами змін у політичному та економічному житті країни в перехідний період стало припинення державного фінансування просвітницьких телепроектів і комерціалізація ефіру. Більшість вітчизняних передач цього напрямку виявилися не готовою до конкуренції з розва-

жальними проектами та закордонними науково-популярними циклами, що призвело до втрати аудиторії і закриття». Утриматися в пострадянському інформаційному просторі вдалось одиницям, а серед географічних видань – лише «Клубу мандрівників» та «У світі тварин». Ці проекти залишилися на екранах і в XXI ст. В Україні теж був оригінальний продукт такого напрямку – телепередача «Уїк-енд з Іриною Зінченко». Нішу науково-популярної географічної періодики заповнили рекламно-туристичні видання на кшталт «Непутевих записок» [5].

Досліджуючи сучасні тенденції розвитку туристичних та географічних телепередач, можна зауважити, що у більшості популярних програм такого спрямування застосовується пряма та прихована реклама. Іноді рекламою є навіть назва програми: передача «Феєрія мандрів» – дублює назву туристичної агенції. Цю тенденцію можна пояснити необхідністю залучення значних коштів.

Тепер зупинимося саме на характеристиці географічних та туристичних журналів. У них читач легко може знайти як інформацію географічного характеру, так і науково-технічні та науково-популярні матеріали. Такі видання в Україні можна поділити на дві великі групи: періодика, адресована вчителям та школярам, і журнали для широкої аудиторії. Обидва типи видань значною мірою висвітлюють науково-популярну проблематику.

Наведемо приклади. Журнал «Світова географія» належить до періодичних видань, розрахованих на широку аудиторію. Використовуючи якісні фотоілюстративні матеріали та професійно написані статті, редакція й автура журналу подають науково-популярну та технічну інформацію на високому професійному рівні. Проблематика матеріалу стосується географії та туризму. Хоча не тільки цим питанням присвячено видання. У журналі висвітлюються соціально-політичні проблеми, подаються історичні розвідки. Маючи доволі деталізовану рубрикацію, редакційна колегія має широкий вибір тем для написання матеріалів. Наприклад, у 7-ому номері журналу за 2013 рік поряд із суто географічними матеріалами розміщені розлогі статті присвячені конфлікту в Грузії в 2008 році і роковинам Скнулівської трагедії. Усі матеріали доповнені фотоілюстративними матеріалами найвищого ґатунку. До того ж більшість текстів мають яскраве емоційне оформлення навіть у заголовках. Наприклад, стаття, в якій йдеться про важливе палеонтологічне відкриття австралійських вчених називається «Австралійські скам'янілі черепахи ошелешили вчених» [6, с. 17]. На перший погляд може здатися, що це звичайний таблоїдний при-



йом, але ознайомившись зі змістом статті можна зрозуміти, що заголовок дійсно йому відповідає.

Під час висвітлення науково-популярної проблематики редакційна колегія «Світової географії» активно використовує наукові пояснення та проводить аналогії з відомими явищами. Автори часто наголошують на практичній цінності тих чи інших наукових розробок, що актуалізує проблему для читача.

Наприклад, у статті Євгена Петренка «Вперше навколо світу на сонячних батареях» розповідається про навколосвітню подорож на катамарані, що рухається винятково завдяки сонячним фотоелементам. У своїй розповіді автор приділяє значну увагу технічним особливостям цього проекту, наголошуючи на ефективності та екологічності такого типу двигунів. Також у матеріалі за допомогою довідкових вставок Євген Петренко вказує на інші екоефективні технології, зокрема енергію вітру, енергію приливів та енергію сонця, а також про їх потенційний вплив на світову економіку. «Наша мета – створити рішення для майбутнього, сталого розвитку міст та екологічно дружніх засобів пересування» [6, с. 8], – з цієї цитати зрозуміло, що автор під час написання матеріалу не тільки розкривав питання застосування сонячних батарей у водному транспорті, а й порушував соціально вагомі проблеми, як то ефективне містобудування із залученням відновлюваних енергоносіїв та можливість їх технічного виконання.

Ще один матеріал цього журналу можна назвати науково-популярною статтею, написаною за всіма класичними вимогами. «Комети не передвісники катастроф» – стаття за авторства Джонатана Сарфаті, доктора хімічних наук Університету королеви Вікторії в місті Веллінгтон, Нова Зеландія. Автор докладно і цікаво розповідає про особливості хімічної будови комет, принципи їх зародження та можливий вплив на людство. Стаття є результатом професійної журналістської та редакторської роботи. Вдале використання метафор, порівнянь, пояснень та емотивних елементів сприяють якнайкращому розумінню тексту читачем. Наведемо приклад: «Що таке комета? Комета – це «брудна снігова куля», або ж такий собі «закопчений небесний айсберг», що ширяє навколо Сонця по еліптичній орбіті. Переважно діаметр голови комети – лише кілька кілометрів, однак діаметр комети Галлея – близько десяти кілометрів, а от діаметр комети Хейла-Боппа, яка пронеслася повз Землю 1997 року, – 40 км. Це одна з найбільших комет. Такі небесні мандрівники складаються з пилу та «льоду», проте до складу льоду входить не тільки замерзла вода, але й аміак, метан та вуглекислий газ. Коли комета проходить поблизу Сонця, частина її

«льоду» випаровується, завдяки чому й «виліплюється» голова комети» [6, с. 35]. Описуючи приблизний хімічний склад комети, автор використовує просту та зрозумілу для широкої аудиторії лексику. Вважаємо таку форму подання матеріалу дуже вдалою. Науковець докладно розповідає про свої дослідження, в той час як журналісти передають цей текст більш зрозумілою для аудиторії мовою.

Такі методи подання науково-технічної та науково-популярної інформації використовує ще одне видання, розраховане на широку аудиторію, – «National geographic» української локалізації. Особливістю цього видання є розлогі фоторепортажі. Дуже часто за допомогою лише якісних фотографій та короткого підпису до них (не більш ніж 50 слів) автори розповідають цікаві історії. У журналі активно використовуються емотивні засоби. Уся спеціальна термінологія роз'яснюється. Це видання, на наш погляд, має найякіснішу з усіх фотоілюстративну базу.

Також у журналі порушуються важливі соціально-політичні та гуманітарні проблеми. Наприклад, у випуску за березень 2014 року, у статті «Дорога без кінця», аналізуються наслідки сирійського конфлікту та розповідається про долі біженців. Уважаємо, що така редакційна політика позитивно впливає на аудиторію, читач може знайти в одному номері журналу тексти, що задовольнять його різнобічні інтереси.

Варто зупинитися на деяких особливостях подання матеріалів науково-популярної проблематики. У статті «Виклик безодні» за авторством Марко Гроба йдеться про спільну наукову експедицію Джеймса Кемерона, Національного географічного товариства та компанії Rolex, під час якої відомий американський режисер та науковий активіст Джеймс Кемерон занурився на дно Маріанської западини. Автор статті вдало поєднав науково-технічну та науково-популярну інформацію із розповіддю про суть експедиції та емотивними елементами, переказуючи враження самого Кемерона від занурення. Марко Гроб вичерпно розповідає про технічні особливості цієї експедиції та про проблеми, з якими стикалися науковці. Цікавою особливістю цього матеріалу є пояснення суто технічних моментів через емоційне сприйняття самого героя (Джеймса Кемерона): «Я нахилию 3D-камеру, закріплену ззовні на 1,8-метровому крані, щоб роздивитися передню частину апарата. Аквалангісти ось-ось звільнять прив'язаний до апарата транспортний буй, що тримає його на поверхні. Багато років я уявляв цю мить і, зізнаюсь чесно, кілька останніх тижнів жив зі страхом від думок про все, що може піти не так» [8, с. 52]. Вважаємо такий комунікацій-



ний прийом дуже вдалим, оскільки завдяки емотивності читачу легше уявити, про що йдеться в матеріалі.

У статті «Пожирач зірок» авторства Майкла Фінкела йдеться про чорні діри та причини й наслідки сингулярності. Зважаючи на специфічну тему, у статті наявна значна кількість професійної термінології та понять, для розуміння яких необхідні глибокі фонові знання. Але автор статті подає роз'яснення всіх термінів та понять. На початку статті він розповідає про основні теорії сингулярності, про Ейнштейнівські та сучасні методології у вивченні чорних дір. При цьому терміни мають якісне ілюстративне доповнення, що ще більше спрощує їх розуміння. Автор додає до опису фізичних процесів емотивні та порівняльні елементи, наприклад: «Зорі, вдесятеро більші за Сонце, гинуть набагато ефектніше» [7, с. 41]. Такий метод подання матеріалу є ефективним: читачеві легше уявити розмір небесного тіла, прочитавши таке порівняння, ніж ознайомившись з довжиною радіусу зірки.

У меншій кількості представлені на ринку географічні журнали та посібники для школярів та вчителів, але вони мають усталену мережу поширення (шкільні бібліотеки) та вдало використовують сучасні дигітальні можливості. Розглянемо специфіку їх контенту.

Успішним вважаємо проект «Географія». Мультимедійний комплект «Розумники». Курс складається з 67 мультимедійних уроків, кожен з яких розкриває конкретну тему відповідно до навчальної програми з географії та містить різноманітні мультимедійні засоби для її пояснення: якісні зображення, анімації, дикторський супровід, аудіо- та відеофрагменти тощо. Для перевірки знань передбачені контрольні запитання та завдання, тести. Використовуючи мультимедійні засоби автори комплекту, подають нескладну науково-технічну інформацію, чим залучають дітей до науки та наукової творчості.

Журнал «Географія для допитливих» містить рубрику «У ногу з часом». Автори видання розповідають про сучасні технічні засоби географічних та натуралістських досліджень. Візьмемо для прикладу статтю, присвячену географічним інформаційним системам. Автор Д. Писарев доступно для аудиторії розповідає про особливості створення і функціонування ГІС, а також пояснює мету та необхідність застосування цих технологій, проводячи паралелі із шкільним навчанням. Наприклад: «ГІС дозволяє аналізувати та обробляти ці дані в інтерактивному режимі (тобто доступному для нас із вами вигляді), а також прогнозувати подальші події» [9, с. 17]. Автор активно залучає молодь до вивчення і більш глибокого дослідження проблем географії.

Цікавим науково-технічним матеріалом є стаття В. Довгань «Хто слухає "пульс" Землі». Йдеться про особливості роботи сейсмологів. Читачам коротко і зрозуміло розповідають про історію сейсмології та про перші сейсмологічні прилади. Стаття доповнена яскравими та доречними ілюстраціями, що заохочує дитячу аудиторію до читання. Автор також приділяє значну увагу відповідальності науковців перед людством: «Зрозуміло, що від професіоналізму фахівців залежить життя та благополуччя десятків або навіть сотень тисяч людей» [9, с. 11]. Вважаємо, що наголошення на відповідальності вчених за свою роботу є доречним навіть у дитячому виданні. Завдяки цьому аудиторія серйозніше сприйматиме науку та науковців.

Журнал розрахований на дітей шкільного віку, тому мінімальне заглиблення в наукову проблематику характерне для такого типу видань.

Розглянувши контекст матеріалів сучасних українських географічних журналів з найбільшим накладом, можемо стверджувати, що в кожному з них подається науково-технічна інформація у доступному для широкої аудиторії вигляді. Редакції вдало використовують фотоілюстративні матеріали, що полегшує сприйняття складної термінології. Відмінною особливістю географічних журналів вважаємо вдале поєднання туристичного контенту із науковим. Майже в кожному матеріалі можна знайти емотивні елементи, що значно відрізняє географічні журнали від класичних науково-популярних.

Широка аудиторія та специфічна спрямованість таких видань значною мірою впливають на їх контент та особливості подання науково-популярних текстів. На сьогодні саме географічні журнали забезпечують аудиторію науково-популярною інформацією.

Сьогодні дедалі більша кількість періодичних видань мають мережеві аналоги. Інтернет є одним із найпоширеніших новинних каналів. Оперативність та гнучкість подання інформації значно поліпшують розуміння та сприйняття того, що хоче донести автор. Ці чинники є вкрай важливими для науково-популярної комунікації. Оперативність, аудіовізуальна складова частина та зворотний зв'язок надають електронним виданням перевагу перед традиційними ЗМІ. А з появою планшетних ПК розвиток мережевих медіа прискорився в десятки разів. Тому і провідні географічні видання активно освоюють інтернет.

Редакції провідних українськомовних географічних журналів активно використовують мережу для їх просування. Наприклад, «Світова географія» має власну сторінку і спільноту у Facebook. Користуючись цими каналами, редактори та автори видання активно спіл-



куються з аудиторією, яка, своєю чергою, пропонує теми до обговорень, коментує публікації. Журнал також має власний сайт, на якому можна прочитати більшість статей, хоча вони розміщуються із певним запізненням порівняно з паперовим аналогом. Саме тут можна продивитися фотографії, що не потрапили до номера, та обговорити проблемні питання. На сайті повною мірою реалізуються сучасні дигітальні можливості: читач має змогу продивитися медіаконтент, почитати додаткові довідкові матеріали. Також на онлайн-ресурсі дійсно активно працює зворотний зв'язок – автори чи редактори коротко відповідають на запитання читачів. Усі ці фактори покращують імідж журналу. Активний зворотний зв'язок створює в читачів відчуття причетності до створення журналу, що позитивно впливає на реальну аудиторію та поступово її розширює.

Схожої політики дотримується і National Geographic української локалізації. Видання також широко представлене в соціальних мережах та має власний професійно створений сайт. Але електронна версія цього журналу має трохи іншу специфіку. По-перше, National Geographic робить акцент на якісних фото, тому на сайті можна побачити великі фотогалереї до статей, поданих у паперовій версії. По-друге, це видання якомога якісніше подає текстові матеріали: в них чітко прослідковується професійна редакторська обробка та якісна спільна робота дизайнерів та авторів тексту, що значно підвищує якість контенту. По-третє, на сайті National Geographic можна знайти публікації, що не потрапили до журналу: це не тільки додаткові відомості про статті, що вийшли друком, а й цілком оригінальні матеріали.

Висновки. У географічних та туристичних виданнях завжди подавалася науково-популярна та науково-технічна інформація. Періодичні

видання такого типу історично користувалися попитом в аудиторії, деякі з них нараховують понад 2000 номерів («Вокруг света»). Географічна журналістика була популярна і в часи СРСР: програми «Клуб путешественников», «Непутевые заметки» та журнали «Вокруг света» і «Природа» мали постійно велику аудиторію. У друкованих ЗМІ читач міг знайти не тільки інформацію географічного чи туристичного характеру, а й культурологічні статті, матеріали, присвячені здобутками науки і техніки, історичні довідки.

Розглянувши контент сучасних географічних українськомовних журналів, ми визначили їх особливі методи подання науково-популярної та науково-технічної інформації. У публікаціях такого спрямування для пояснення певних явищ широко застосовуються емотивні елементи. Дуже багато уваги приділяється фотоілюстративним формам викладу інформації. Вважаємо ці прийоми дієвими, такими, що значно спрощують розуміння проблеми, порушеної у статті.

Також було досліджено інноваційні методи, якими користуються редакції сучасних географічних видань. Ці журнали широко представлені в усіх популярних соціальних мережах і активно «спілкуються» зі своїми читачами, що забезпечує ефективний зворотний зв'язок, який, своєю чергою, збагачує додатковою інформацією як читача, так і редакційну колегію. На офіційних сайтах цих видань користувач може знайти додатковий контент. Цікавою особливістю наповнення цих онлайн-ресурсів є те, що на них можна знайти не тільки додаткову інформацію до вже надрукованих статей, а й повністю оригінальний контент, що не потрапив до паперової версії журналу. Ці особливості функціонування сайтів географічних видань, їх відмінність від друкованих версій журналу дають змогу розширити потенційну аудиторію.

Джерела і література

1. *Наукова комунікація у мас-медіа : практикум* / укл. А. А. Бойко, Н. В. Зелінська, О. Ф. Коновець ; пер. з англ. Н. В. Зелінської. – Львів : Українська академія друкарства, 2009. – 124 с.

2. *Gregory J., Miller S. Sciencesin Public – communication, culture and credibility* / Jaine Gregory, Steve Miller. – Cambridge : Plenum, 1998.

3. *Добривечір О. В.* Науково-популярні журнали в Україні: аналіз концепцій / О. В. Добривечір // Вісник Харків. нац. ун-у ім. В. Н. Каразіна. Сер.: «Соціальні комунікації». – Вип. 4.

4. *Парафонова В. А.* Научно-популярные журналы в дореволюционный период [Електронний ресурс] / В. А. Парафонова // Медіаскоп. – 2011. – Режим доступу: <http://www.mediascope.ru/node/897>.

5. *Константинова Е. Г.* Популяризация науки на современном российском экране: кризис направле-

ния и пути преодоления [Електронний ресурс] / Е. Г. Константинова // Медіаскоп. – 2009. – Режим доступу: <http://www.mediascope.ru/node/290>.

6. *Світлова географія.* – 2013. – № 7.

7. *National Geographic.* – 2014. – берез.

8. *National Geographic.* – 2013. – черв.

9. *Географія для допитливих.* – 2010. – № 1.

Reference list

1. *Naukova komunikatsiia u mas-media : praktikum* / uкл. А. А. Boiko, N. V. Zelinska, O. F. Konovets ; per. z anhl. N. V. Zelinskoi. – Lviv : Ukrainka akademiia drukarstva, 2009. – 124 s.

2. *Gregory J., Miller S. Sciencesin Public – communication, culture and credibility* / Jaine Gregory, Steve Miller. – Cambridge : Plenum, 1998.

3. *Dobryvechir O. V.* Naukovo-populiarni zhurnaly v Ukraini: analiz kontseptsii / O. V. Dobryvechir //



- Visnyk Kharkiv. nats. un-u im. V. N. Karazina. Ser.: «Sotsialni komunikatsii». – Vyp. 4.
4. *Parafonova V. A.* Nauchno-populjarnye zhurnaly v dorevoljucionnyj period [Electronic resource] / V. A. Parafonova // Mediaskop. – 2011. – Reference: <http://www.mediascope.ru/node/897>.
5. *Konstantinova E. G.* Populjarizacija nauki na sovremennom rossijskom jekrane: krizis napravlenija i puti preodolenija [Electronic resource] / E. G. Konstantinova // Mediaskop. – 2009. – Rezhym dostupu: <http://www.mediascope.ru/node/290>.
6. *Svitova heohrafiia*. – 2013. – № 7.
7. *National Geographic*. – 2014. – Berez.
8. *National Geographic*. – 2013. – Cherv.
9. *Heohrafiia dlia dopytlyvykh*. – 2010. – № 1.

Подано до редакції 15. 05. 2015 р.

Філоненко Д. В.

Географические издания в системе научно-популярной периодики Украины.

РЕФЕРАТ. Проведено аналітичне дослідження проблемно-тематических аспектів географічних науково-популярних журналів, їх жанрової палітри; визначено основні закономірності представлення інформації в изданиях цієї тематики.

Отмечены общие признаки географических и научно-популярных изданий. Определен вклад географических журналов в развитие данного сегмента СМИ. Географические издания классифицированы по аудиторным и тематическим направлениям. Доказано, что они в полной мере выполняют функции научно-популярной периодики, удовлетворяя почти весь спектр интересов аудитории.

Рассматриваются особенности фотоиллюстраций в указанных СМИ. Определено место фотоиллюстративного материала в реализации цели исследуемого типа периодики. Акцентируется внимание на удачных примерах использования фотографий и доказана их привлекательность для аудитории.

Ключевые слова: научно-популярная периодика, географические издания, жанры журналистики, фотожурналистика.