

Недзведська Ю. М.,  
студентка 2-го курсу магістратури  
Інституту журналістики  
КНУ імені Тараса Шевченка

Nedzvedska Yuliia,  
the second-year student of Master,  
Institute of Journalism  
Taras Shevchenko National University of Kyiv

УДК 007:655.411

## Авторські механізми моделювання дослідницьких проблем у фахових наукових виданнях із соціальних комунікацій

### Author mechanisms of modeling of research issues in professional journals of social communications

**РЕФЕРАТ.** У статті проаналізовано авторські механізми моделювання дослідницьких проблем та виділено їх основні тенденції на прикладі публікацій трьох наукових фахових видань із соціальних комунікацій: «Актуальні питання масової комунікації», «Вісник Книжкової палати» та «Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика». Визначено тенденції обґрунтування актуальності, з'ясовано мету, завдання, об'єкт та предмет, методи та гіпотези. Використано методи аналізу та синтезу для дослідження вимог до постановочної частини. Аналіз постановочної частини поділено на два етапи: кількісне та якісне дослідження. Під час першого етапу – кількісний контент-аналіз, під час другого – метод узагальнення. З'ясовано, що найбільш науково обґрунтовані роботи подано в «Актуальних питаннях масової комунікації», найменш – у «Віснику Львівського університету. Серія: Журналістика». Проведений аналіз дав змогу рекомендувати науковцям видання для публікації їх наукових розвідок.

**Ключові слова:** наукове дослідження, наукова стаття, дослідницька проблема, постановка проблеми, постановочна частина.

**ABSTRACT.** In the article the author analyses the mechanisms of modeling of research problems and sets the main trends highlighted by the example of publishing of three scientific professional journals on social communications: “Current issues of mass communication”, “Book Chamber Bulletin” and “Bulletin of Lviv University. Series: Journalism”.

It was specified the trends of justification of relevance, definition of objective, tasks and subject, methods and hypotheses. The methods of analysis and synthesis for research of requirements to the applied part were used. The analysis of the applied part was divided into two phases: quantitative and qualitative research.

During the first phase - quantitative content analysis, during the second - the method of synthesis. It was found that the most reasonable scientific works were represented in the journal “Current issues of mass communication”, the least – in the journal “Bulletin of Lviv University. Series: journalism”. The analysis that had been conducted enabled to recommend the researchers of the edition to publish their scientific research.

**Keywords:** scientific research, scientific article, research problem, formulation of problem, introduction part.

**В**ступ. Швидкому розвитку наукового напрямку сприяють дослідники, які в межах спеціальностей галузі вирішують наукові проблеми. Досить важливо, щоб наукові розвідки давали принципово нове знання, зокрема у межах завдань, які стоять перед галуззю. Важливим елементом кожної наукової діяльності є оприлюднення результатів дослідження. Сьогодні фахові

наукові журнали залишаються найкращою платформою для обміну думками. На нашу думку, актуальним є дослідження того, яким чином відбувається презентація результатів наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій у фахових наукових журналах, а саме, як автори моделюють проблему, методи та предмет свого дослідження. Тим паче, що дослідники





методології соціальних комунікацій постійно звертають увагу на брак механізмів, які б визначали відповідність та доцільність наукових розвідок у цій галузі. Зокрема, М. Хилько звернув увагу на істотні відмінності у визначенні основних понять, методології та предмета досліджень у галузі соціальних комунікацій. Він зазначив, що це дезорієнтує науковців і сповільнює розвиток української наукової соціальнокомунікаційної школи [1, с. 74]. В. Корнеев зазначає, що сьогодні ще не розроблений такий алгоритм, який би сприяв методологічній грамотності досліджень, їх результативності [2, с. 139].

*Метою статті* є визначення авторських механізмів моделювання дослідницьких проблем у фахових наукових виданнях із соціальних комунікацій.

Для досягнення мети поставлено такі *завдання*: проаналізувати авторські механізми моделювання дослідницьких проблем, виділити основні тенденції їх подання у фахових наукових журналах галузі.

**Методи дослідження.** Метод аналізу та синтезу – для дослідження вимог до постановочної частини. Аналіз постановочної частини був поділений на два етапи: кількісне та якісне дослідження. На першому етапі – кількісний контент-аналіз трьох українських фахових видань, починаючи від моменту, коли конкретний журнал був затверджений як фаховий з соціальних комунікацій: «Актуальні питання масової комунікації» – 9 номерів за 2008–2015 рр.; «Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика» – 8 номерів за 2012–2015 рр.; «Вісник Книжкової палати» – 12 номерів за 2010–2015 р. Застосовано суцільну вибірку матеріалів. Було проаналізовано 468 наукових статей у «Віснику Львівського університету. Серія: Журналістика», 120 статей у «Віснику Книжкової палати», 88 статей в «Актуальних питаннях масової комунікації». Було виділено такі категорії аналізу: «актуальність», «мета», «завдання», «методи». Категорія «мета» мала бути поєднана з підкатегоріями «з'ясувати», «визначити», «виявити». У категорії «методи» також підраховано кількість описаних методів. Потім була підрахована загальна кількість випадків наявності цих категорій у наукових статтях. Подане співвідношення всіх статей у конкретному журналі до розвідок, в яких траплялася така категорія.

На другому етапі – інтерпретували результати кількісного контент-аналізу текстів, використавши метод узагальнення. Проаналізовані тексти, в яких була виявлена категорія «актуальність», за такими показниками: адекватність обґрунтування актуальності; посилання на інші

дослідження, які визнають факт наявності даної проблеми; адекватність порівняння з опублікованими подібними дослідженнями; переконливість доцільності проведення дослідження для розвитку галузі або нагальної необхідності, яку зазначають практики, тобто її наукова чи практична новизна.

Для категорії «мета» – чіткість та лаконічність її формулювання; кореляція з актуальністю; відповідність галузі. Для категорії «завдання» – чіткість формулювання, кількість, кореляція з метою, адекватність поставлених завдань. Категорія «методи» – адекватність їх застосування, наявність пояснення, кореляція з поставленими завданнями, відповідність соціальнокомунікаційним дослідженням. Також була розглянута джерельна база дослідження, якщо вона впливала із завдань дослідження, репрезентативність вибірки.

**Результати дослідження.** Будь-яке дослідження починається з усвідомлення необхідності його проведення та доведення цієї необхідності. У постановочній частині наукової статті автор має відповісти своїм майбутнім читачам, по-перше, чому він порушує дану проблему; по-друге, чому саме в цей момент і чому в такий спосіб; по-третє, чому читач має зацікавитися нею, яким чином вона може бути пов'язана з очікуваннями читача. Згодом важливо чітко пояснити те, чому вирішення цієї проблеми буде корисне, а також чи буде воно інноваційним або кращим від попередніх. Актуальність має ґрунтуватися на неможливості розвитку та розв'язання інших проблем без негайного вирішення даної. Важливо також визначити масштаб проблеми, її гостроту та зміст [3].

Постановочна частина має бути побудована так, щоб читачу було легко стежити за логікою викладу: від минулого до сьогодення, від загального до конкретного або від конкретного до загального, від складного до простого, від проблеми до її вирішення.

Обов'язково потрібно сформулювати мету дослідження, яка має бути викладена одним реченням. Дослідник повинен чітко висловити, що саме хоче визначити, виявити, з'ясувати. Згодом указати спосіб досягнення мети за допомогою поставлених завдань: визначити особливості, виокремити, дослідити й описати, експериментально перевірити, класифікувати, показати, проаналізувати наукову літературу, простежити, розглянути, систематизувати тощо. Для цього слід усвідомлювати, що є об'єктом дослідження, а що його предметом. Об'єктом дослідження буде певний процес або явище, а предметом – певний аспект об'єкта, який автор має дослідити. Одним з ключових моментів є визначення методів дослідження. Має бути поданий повний опис того,





яким чином було проведено дослідження (наприклад, методи збирання даних, критерії їх відбору, вибірка тощо). Дослідник має взяти до уваги всі чинники, які можуть вплинути на результати.

У своїй статті редактор журналу «Communication Theory» Р. Ханітч [4, с. 1] зазначає, що більшість статей, що їх надсилають у видання, не відповідає навіть загальним вимогам. Матеріали піддаються значним редакторським правкам або просто не витримують випробування рецензуванням. Він пояснює це тим, що автор не розробив тему належним чином, неякісно змоделивав дослідницьку проблему, не зробив істотний внесок у теорію чи практику.

Визначимо, наскільки постановочні частини наукових статей задовольняють поставлені до них вимоги, яким чином проходить авторський механізм моделювання дослідницьких проблем у фахових наукових виданнях з соціальних комунікацій в Україні. У ході дослідження з'ясовано, що серед 468 проаналізованих наукових статей у «Віснику Львівського університету. Серія: Журналістика» (далі – «ВЛУ») лише в 20 % статей авторами було обґрунтовано актуальність досліджень, серед 120 статей «Віснику Книжкової палати» (далі – «ВКП») – у 45 %, серед 88 статей «Актуальних питань масової комунікації» (далі – «АПМК») – у 56 % статей.

Чи можна говорити про доцільність проведення дослідження, якщо автором не зазначена мета? Адже мета наукового дослідження має виникати з його необхідності. З іншого боку, лише номінальне обґрунтування необхідності такого дослідження, яке не має під собою реального підґрунтя, теж ставить під сумнів його доцільність.

Професор В. Різун зазначає, що не можна обґрунтовувати актуальність теми лише тим, що це раніше не було вивчено або не досліджено, адже це зовсім не свідчить про наукову проблемність досліджень [5, с. 11]. Проте саме так описано актуальність у більшості статей. Наприклад, *«актуальність теми цієї статті зумовлена двома обставинами. Перша – цю тему ще не досліджували, хоча частково це питання порушив Я. Папуга»* [6, с. 17] (тут і далі курсив наш. – Ю. Н.).

Було виділено основні тенденції в обґрунтуванні актуальності досліджень:

1. Перебільшення актуальності своїх досліджень. Досить часто дослідники апелюють до того, що не був вивчений якийсь зовсім вузький предмет певної проблеми, проте жодним чином не підтверджують важливість його детального розгляду ні іншими науковцями, ні вимогами суспільства.

2. Не зазначено від одного до трьох ключових моментів актуальності: чому проблема має бути порушена взагалі, чому в даний момент, чому саме в такий спосіб або чому вона має зацікавити читача.

3. Не розглянуто попередні дослідження – автор може зовсім не наводити приклади попередніх досліджень, навести лише загальну фразу про проведені дослідження, зазначити лише прізвища дослідників або їх праці без вказівки на те, чому саме конкретний аспект має бути досліджений.

4. Актуальність обґрунтовується з позиції досліджень в усіх галузях, крім соціальних комунікацій. Наприклад, *«актуальність дослідження зумовлена потребою у глибоких соціологічних, філософських, економічних, психологічних, культурологічних дослідженнях сучасного інформаційного суспільства, зокрема процесів, що позначилися на всіх сферах його життя»* [7, с. 39].

Варто було б звертати увагу на реальні проблеми, які виникають унаслідок: необхідності ефективної практичної діяльності в галузі соціальних комунікацій; популярності певного явища, яке було малодосліджене; необхідності осмислення певного явища з погляду нової наукової галузі, якою є соціальні комунікації.

Лише 39 % авторів «ВЛУ» зазначили мету свого дослідження, серед «ВКП» таких було 62 %, серед «АПМК» – 57 %. Яке значення має будь-яке проведене дослідження, мета якого не була сформульована? Коли дослідник не зазначає одну з фундаментальних речей для дослідження, яким чином читач має зрозуміти те, чому йому варто звернути увагу на його результати?

Визначено такі тенденції формулювання мети дослідження:

1. Сформульована досить розлого, включає в себе кілька речень або одне складнопідрядне чи складносурядне.

2. Помилково завдання подано у формі мети в 50 % усіх статей, в яких була визначена мета. Завдання вказують на спосіб досягнення мети, тому вони не можуть бути перенесені в мету дослідження. *«Мета статті – висвітлити результати наукового дослідження щодо створення й організації колекції «Нотні видання» в ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського як інформаційно-освітнього ресурсу, розкрити її кількісний склад та зміст»* [8, с. 16].

3. Невідповідність мети соціальнокомунікаційному підходу. Наприклад: *«Мета нашої статті: виокремити світоглядні протиріччя у поглядах Івана Франка та Михайла Драгоманова щодо українського національного питання»* [9,





с. 181]. Цю статтю взагалі не можна визначити як соціальнокомунікаційне дослідження, адже в мету не включені параметри, які давали б змогу його так класифікувати (дослідження соціальних параметрів аудиторії, тексту чи його впливу на аудиторію).

Об'єкт та предмет дослідження досить рідко зазначено в постановочній частині дослідження, проте за правильністю їх визначення можна судити про відповідність дослідження певній галузі. Розглянемо приклад: *«Об'єктом (дослідження) – гроші у сфері соціальних комунікацій (СК). Предмет дослідження – особливості їхнього формування в сфері грошового обігу»* [10, с. 42]. Об'єкт ще можна класифікувати як соціальнокомунікаційний. Предметом такого дослідження могли б бути особливості використання грошей соціумом, проте ніяк не сфера грошового обігу.

Автори статей до кінця не розуміють, що об'єктом дослідження справді можуть бути одні й ті самі явища для різних галузей, проте предмет дослідження має відповідати конкретній галузі, у нашому випадку соціальним комунікаціям. Чи можна класифікувати дослідження, яке в описі актуальності спирається на те, що масова комунікація вивчається психологами, соціологами, культурологами, політологами. А перші з цього списку навіть виокремили цілу галузь «медіапсихологію». Згодом М. Бутиріна формулює об'єкт і предмет так: *«Об'єктом розвідки є масова комунікація. Предметом – медіапсихологічні підходи до її вивчення в основних чинниках»* [11, с. 26]. Ця наукова розвідка має класифікуватися як психологічна, але аж ніяк не як соціальнокомунікаційна.

Як було вже зазначено, що для досягнення мети мають бути розв'язані певні завдання. Проведений контент-аналіз показав, що у «ВЛУ» завдання описали лише 20 % науковців, у «ВКП» – 11 %, а в «АПМК» – 25 %. Яким чином може проводитися дослідження, яке для досягнення мети не ставить перед собою жодних завдань? Такий низький результат можна пояснити тим, що науковці не розрізняють формулювання мети розвідки від її завдань. Саме вирішення завдань має бути покладено в основу подання результатів наукових досліджень, а згодом на цьому мають будуватися висновки, які дослідник зміг зробити на їх основі.

Виявлено також брак кореляції теми з метою дослідження. Відповідно, неправильно формулюються й завдання. Наприклад, із назви статті «Агресивна зовнішня політика сталінського та путінського політичних режимів: аналогії та історична аргументація в українській пресі» випливає, що буде досліджене те, яким чином українська преса проводить аналогії між ста-

лінським та путінським режимами у веденні їх зовнішньої політики, як ця історична аргументація здійснює той вплив на соціум, який закладався (тобто, що ця політика є агресивною та аналогічною).

Наприклад, Ю. Дем'янчук має на меті *«порівняти методи, стиль і форми агресивної міжнародної політики сталінського режиму і сучасного політичного керівництва Російської Федерації»* [12, с. 78]. По-перше, порівняння не може бути метою, а лише способом її досягнення; по-друге, мета дослідження навряд чи належить до галузі соціальних комунікацій, адже в ній не закладений розгляд соціальних параметрів аудиторії, тексту чи його впливу на аудиторію. Перше завдання є *виокремлення методів, стилю та форми сталінської агресії в 1948–1953 рр. щодо Югославії та виявлення* (хоча це більше характеризує мету, ніж завдання) *аналогії в сучасній політиці Путіна стосовно України* [12, с. 79]. Автор не робить навіть жодної спроби поставити завдання так, аби воно досліджувало хоча б один з трьох соціальних параметрів. Наступним завданням визначає *«аналіз аргументованості та переконливості «журналістських публікацій у всеукраїнських та регіональних виданнях щодо агресивної зовнішньої політики сусідньої держави на пострадянському геополітичному просторі»* [12, с. 79]. Це завдання хоча б якимсь чином пов'язує наукову розвідку з галуззю, проте, на нашу думку, варто було б проаналізувати видання, а згодом виокремити механізми, які дозволяють вплинути на аудиторію так, щоб вони потрактували політику Сталіна та Путіна як подібну, а згодом як агресивну.

Лише 5 % статей у журналі «ВЛУ» окреслювали механізм проведення досліджень, детально описаними вони були лише в 1,5 % статей. У «ВКП» таких було 9 %, серед них детальних – 2,5 %, в «АПМК» – 19 %, серед них детальних – 11 %.

Будь-яка наука має ґрунтуватися на об'єктивності наукових висновків, які робить дослідник. Проте, як читач зможе оцінити результати досліджень, а науковці – посилатися на них, якщо невідомо те, як дослідник збирав, а потім оброблював інформацію. Наприклад, С. Фіялка в статті «Інтернет-коментарі в системі масової комунікації» ставить на меті *«дослідити інтернет-коментар як жанр віртуальної комунікації, визначити його основні особливості»* [13, с. 47], але не визначає завдань, а тим паче методів дослідження:

1. Соціальнокомунікаційні дослідження не можуть обмежуватися лише загальнонауковими методами. Авторі часто просто констатують факт того, що вони обрали якісь методи, наприклад, як у статті О. Мельникової «Специфіка дисидентської комунікації в українському радянському





суспільстві» [14, с. 66]. Проте лише детальний опис методів дає змогу визначити правильність та адекватність їх застосування.

2. Також трапляється часткове перерахування методів: *«На думку автора, усебічність й об'єктивність, а також цілісність наукового аналізу забезпечить поєднання системно-хронологічного, історико-описового, аналітичного і деяких інших конкретно-наукових методів»* [15, с. 107].

3. Методи не сприяють розв'язанню конкретного завдання. Наприклад: *«Основним методом дослідження виступає порівняльний метод. За його допомогою здійснено аналіз друкованих текстів художньої публіцистики, даються прогнози щодо їх можливої оптимізації, стилістичного вдосконалення»* [16, с. 103]. Не зовсім зрозуміло те, яким чином метод порівняння дає змогу зробити прогнози, варто було б використати додатково метод прогнозування.

4. Автори номінально виконують поставлену вимогу редакцій щодо опису методології своїх досліджень, проте реально не називають жодного методу. Наприклад, хоча назва статті О. Кобелева «Інформаційна аналітика в організаційній структурі провідних бібліотек України (за матеріалами аналізу сайтів)» передбачає застосування методу аналізу, проте автор вирішив зазначити зовсім іншу методологію, яка реально не вказує на жодний метод [17, с. 26].

Наукову цінність являють собою саме ті роботи, які вибирають методи, що справді дають змогу виконати поставлене завдання, а також аргументують такий вибір. Хоча така вимога існувала і раніше, проте тільки, починаючи з 15 випуску в «АПМК», в усіх дослідженнях зазначена методологія дослідження, майже всі вчені детально описують дослідницькі процедури.

Нерепрезентативність вибірки дослідження ставить під сумнів його результати. Наприклад, на підставі аналізу трьох видань (однієї львівської газети, журналу та однієї всеукраїнської газети) автор ставить завдання проаналізувати те, наскільки аргументованими і переконливими є публікації у всеукраїнських та регіональних виданнях щодо агресивної зовнішньої політики [12, с. 79]. На нашу думку, такої кількості видань недостатньо аби це визначити.

Досить часто дослідники просто не зазначають джерельну базу свого дослідження. Наприклад, у статті А. Михайлової «Інтернет-видання для вчителів української мови» [18, с. 568] на конкретних прикладах мали бути досліджені мережеві спеціалізовані видання для вчителів української мови, проте не зазначено жодного мережевого видання, яке було проаналізоване.

Не завжди зазначено обсяг вибірки та його хронологічні межі. Наприклад, О. Гоцур прагне

розглянути матеріали газети «Дзеркало тижня» на наявність у них геостратегічної проблематики. Проте не згадала, які конкретно номери вона досліджує і за який проміжок часу [19, с. 119].

Досить рідко науковці висувують певні гіпотези, наприклад, у «ВЛУ» вони були лише в 1 % статей, у «ВКП» було 3 % статей, а в «АПМК» – 7 %.

Часто трапляється занадто великий обсяг постановочної частини. Наприклад, у статті Т. Букшиної «Відображення галузевої науково-реферативної інформації в УРЖ «Джерело»: кооперативна взаємодія освітянських бібліотек» [20] постановочна частина становила майже 50 % від її загального обсягу.

Науковці нехтують логікою механізму моделювання дослідницьких проблем. Наприклад, у статті С. Водолазька «Інновації у видавничій галузі Східноєвропейського регіону: прогностичні оцінки» [21] спочатку була визначена мета розвідки, згодом описані методи, які використовуються для розв'язання завдань (яких у статті немає), а лише потім була обґрунтована актуальність дослідження.

Досить значна кількість статей взагалі не може вважатися науковими. Дослідники галузі «Соціальні комунікації» забувають про те, що наукова стаття – це не журналістський матеріал, вона має чітку структуру і компоненти, аби вважатися справді цінним науковим знанням. Проте 43 % статей у «ВЛУ» не мали жодного компонента наукової статті, у «ВКП» таких було 24 % статей, а в «АПМК» – майже 16 %.

**Висновки.** Автор має керуватися певним алгоритмом, аби довести сенс проведення дослідження. Постановочна частина повинна містити обґрунтування виправданості проведення дослідження. Проаналізувавши попередні дослідження, треба продемонструвати унікальність своєї розвідки, в якій повинні бути правильно та якісно визначені мета, завдання, об'єкт, предмет і методи дослідження.

Найбільше науково обґрунтованих статей виявлено в «Актуальних питаннях масової комунікації», найменше – у «Віснику Львівського університету. Серія: Журналістика». Якщо публікації у першому журналі є прикладом того, що автори з часом усвідомили необхідність описувати свої дослідження відповідно до вимог, то публікації другого журналу вирізняються майже повним ігноруванням вимог до наукових статей, зокрема неналежній обґрунтованості доцільності проведення дослідження. Автори майже половини статей у «ВЛУ» не дотримуються стандартних вимог до презентації наукового дослідження, що дає підстави сумніватися в науковій цінності досліджень, опублікованих в цьому журналі. Найкращий вигляд у цьому плані має журнал





«Актуальні питання масової комунікації» Науковий фаховий журнал «Вісник Книжкової палати» також є перспективним місцем для оприлюднення нового знання.

Вважаємо доцільним провести аналіз основної частини та висновків у наукових статтях, щоб визначити наявні тенденції висвітлення авторами результатів своїх досліджень.

**Подяки.** Авторка висловлює щирі подяки науково-дослідній частині Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, зокрема доценту В. Корнеєву, за наукове консультування щодо теоретичних питань.

#### Список літератури

1. Хилько М. Деякі методологічні проблеми дослідження соціальнокомунікаційних технологій в українській науковій думці / Максим Хилько // Освіта регіону : політологія, соціологія, комунікація. — Вип. 1—2. 2014. — С. 70—76.

2. Корнеєв В. М. Кваліфікація соціальнокомунікаційного підходу в науці про соціальні комунікації / В. М. Корнеєв // Актуальні питання масової комунікації. — Вип. 14. — 2013. — С. 135—139.

3. Marjak, H. (2014), "Jak napisa wstp artykuu naukowego?", Science technology laboratory, available at: <http://sciteclab.com/jak-napisac-wstep-artykulu-naukowego/> (accessed 05 April 2016).

4. Hanitzsch, T (2013), "Writing for Communication Theory", Communication Theory, no. 1, pp. 1—9.

5. Різун В. В. До питання про соціальнокомунікаційні наукові проблеми і про наукові проблеми взагалі / В. В. Різун // Наукові записки Інституту журналістики. — Т. 52. — 2013. — С. 10—17.

6. Бурдега Т. Русофільська преса Галичини про Голодомор 1932—1933 років в Україні / Тетяна Бурдега // Вісник Львівського університету. Сер.: журналістика. — Вип. 33. — 2012. — С. 17—30.

7. Іщук Н. М. Феномен демасифікації у структурі масової комунікації / Н. М. Іщук // Актуальні питання масової комунікації. — Вип. 13. — 2012. — С. 33—35.

8. Лога Т. Колекція «Нотні видання» з фонду Державної науково-педагогічної бібліотеки України ім. В. О. Сухомлинського як інформаційно-освітній ресурс / Т. Лога, І. Щочкіна // Вісник Книжкової палати. — Вип. 12. — 2014. — С. 16—19.

9. Яценко Г. Іван Франко та Михайло Драгоманов: національно-світоглядні дихотомії (нові матеріали) / Галина Яценко // Вісник Львівського університету. Сер.: журналістика. — Вип. 40. — 2015. — С. 181—191.

10. Мельниченко А. Грошова культура населення в контексті дослідження соціальних комунікацій / А. Мельниченко, А. Киричок // Вісник Книжкової палати. — Вип. 12. — 2013. — С. 42—43.

11. Бутиріна М. Масова комунікація як об'єкт медіапсихологічних досліджень / Марія Бутиріна // Вісник Львівського університету. Сер.: журналістика. — Вип. 39. — 2014. — С. 26—31.

12. Дем'янчук Ю. Агресивна зовнішня політика сталінського та путінського політичних режимів : аналогії та історична аргументація в українській пресі / Юрій Дем'янчук // Вісник Львівського університету. Сер.: Журналістика. — Вип. 40. — 2015. — С. 78—87.

13. Фіялка С. Інтернет-коментарі в системі масової комунікації / С. Фіялка // Вісник Книжкової палати. — Вип. 9. — 2015. — С. 47—48.

14. Мельникова О. Специфіка дисидентської комунікації в українському радянському суспільстві / Олена Мельникова // Вісник Львівського університету. Сер.: Журналістика. — Вип. 38. — 2013. — С. 65—70.

15. Брадов В. Медіаринок України: періодизація розвитку / Володимир Брадов // Вісник Львівського університету. Сер.: Журналістика. — Вип. 38. — 2013. — С. 107—113.

16. Зоріна О. С. Проблема дотримання професійних стандартів колумністом / О. С. Зоріна // Актуальні питання масової комунікації. — Вип. 14. — 2013. — С. 103—105.

17. Кобелев О. Інформаційна аналітика в організаційній структурі провідних бібліотек України (за матеріалами аналізу сайтів) / О. Кобелев, Н. Чжен // Вісник Книжкової палати. — Вип. 12. — 2014. — С. 26—28.

18. Михайлова А. Інтернет-видання для вчителів української мови / Алла Михайлова // Вісник Львівського університету. Сер.: журналістика. — Вип. 39. — 2014. — С. 568—574.

19. Гоцур. О. Геополітична стратегія України у відображенні газети «Дзеркало тижня»: концепції і тенденції / Оксана Гоцур // Вісник Львівського університету. Сер.: Журналістика. — Вип. 37. — 2013. — С. 118—124.

20. Букшина Т. Відображення галузевої науково-реферативної інформації в УРЖ «Джерело» : кооперативна взаємодія освітянських бібліотек / Т. Букшина // Вісник Книжкової палати. — Вип. 12. — 2012. — С. 11—15.

21. Водозазька С. А. Інновації у видавничій галузі Східноєвропейського регіону: прогностичні оцінки / С. А. Водозазька // Актуальні питання масової комунікації. — Вип. 14. — 2013. — С. 76—80.

#### Reference list

1. Khylo, M. (2014), «Some methodological aspects of the research social communication technologies in ukrainian scientific thought», Osvita reghionu : politologhija, sociologhija, komunikacija [Region Education : political science, sociology, communication], no. 1—2, pp. 70—76.

2. Korniev, V.M. (2013), «Qualification of social and communicational approach in the science on social communication», Aktualjni pytannja masovoji komunikaciji [Current Issues of Mass Communication], no. 14, pp. 135—139.

3. Rizun, V. V. (2013), «On social communicational scientific problems and scientific problems in general», Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky [Scientific notes of the Institute of Journalism], vol. 52, pp. 10-17.





4. *Burdeha, T.* (2012), «Russophiles press of Galicia about holodomor in 1932–1933 in Ukraine», *Visnyk Ljvivskogo universytetu. Ser.: zhurnalistyka [Visnyk of the Lviv university. Series : journalism]*, no. 33, pp. 17–30.
5. *Ishchuk, N.M.* (2014), «Demassification as social transformation: forecasts and reality», *Aktualni pytannja masovoji komunikaciji [Current Issues of Mass Communication]*, no. 13, pp. 33–35.
6. *Loha, T. & Shchochkina, I.* (2014), «Collection «Notes edition» of the State Fund of Scientific and Pedagogical Library of Ukraine V. A Sukhomlynsky as information and educational resource», *Visnyk Knyzhkovoji palaty [Announcer of the Book chamber]*, no. 12, pp. 16–19.
7. *Yatsenko, H.* (2015), «Ivan Franko and Myhailo Dragomanov: national and ideological dichotomy (the new materials)», *Visnyk Ljvivskogo universytetu. Ser.: zhurnalistyka [Visnyk of the Lviv university. Series : journalism]*, no. 40, pp. 181–191.
8. *Melnychenko, A. & Kyrychok, A.* (2013), «Population monetary culture in the context of social communications studies», *Visnyk Knyzhkovoji palaty [Announcer of the Book chamber]*, no. 12, pp. 42–43.
9. *Butyrina, M.* (2014), «Mass communication as a subject of mediapsychological research», *Visnyk Ljvivskogo universytetu. Ser.: zhurnalistyka [Visnyk of the Lviv university. Series : journalism]*, no. 39, pp. 26–31.
10. *Demianchuk, Yu.* (2015), «Aggressive external policy of Stalin's and Putin's political regimes: analogies and historic argumentation in Ukrainian press», *Visnyk Ljvivskogo universytetu. Ser.: zhurnalistyka [Visnyk of the Lviv university. Series : journalism]*, no. 40, pp. 78–87.
11. *Fiialka, S.* (2015), «Online comments in the system of mass communication», *Visnyk Knyzhkovoji palaty [Announcer of the Book chamber]*, no. 9, pp. 47–48.
12. *Melnykova, O.* (2013), «Specific features of dissident communication in the Ukrainian Soviet Society», *Visnyk Ljvivskogo universytetu. Ser.: zhurnalistyka [Visnyk of the Lviv university. Series : journalism]*, no. 38, pp. 65–70.
13. *Bradov, V.* (2013), «Media market of Ukraine: periodization of development», *Visnyk Ljvivskogo universytetu. Ser.: zhurnalistyka [Visnyk of the Lviv university. Series : journalism]*, no. 38, pp. 107–113.
14. *Zorina, O.S.* (2013), «The problem of compliance with professional standards by the columnist», *Aktualni pytannja masovoji komunikaciji [Current Issues of Mass Communication]*, no. 14, pp. 103–105.
15. *Kobieliev, O. & Chzhen, N.* (2014), «Information analytics in the organizational structure of leading libraries of Ukraine (based on analysis sites)», *Visnyk Knyzhkovoji palaty [Announcer of the Book chamber]*, no. 12, pp. 26–28.
16. *Mykhailova, A.* (2014), «The specialized internet editions for the teachers of Ukrainian language», *Visnyk Ljvivskogo universytetu. Ser.: zhurnalistyka [Visnyk of the Lviv university. Series : journalism]*, no. 39, pp. 568–574.
17. *Hotsur, O.* (2013), «Geopolitical strategy of Ukraine reflected in the newspaper “Dzerkalo tyzhnia”: concepts and tendencies», *Visnyk Ljvivskogo universytetu. Ser.: zhurnalistyka [Visnyk of the Lviv university. Series : journalism]*, no. 37, pp. 118–124.
18. *Bukshyna, T.* (2012), «Displaying scientific abstract information in Ukrainian abstract journal “Dzherelo»: cooperative interaction educational libraries», *Visnyk Knyzhkovoji palaty [Announcer of the Book chamber]*, no. 12, pp. 11–15.
19. *Vodolazka, S. A.* (2013), «Innovations in the publishing industry of the Eastern European region: predictive evaluations», *Aktualni pytannja masovoji komunikaciji [Current Issues of Mass Communication]*, no. 14, pp. 76–80.

Недзведская Ю. Н.

Авторские механизмы моделирования исследовательских проблем в специализированных научных изданиях по социальным коммуникациям

**РЕФЕРАТ.** В статье проанализированы авторские механизмы моделирования исследовательских проблем и выделены их основные тенденции на примере публикаций трех научных специализированных изданий по социальным коммуникациям: «Актуальные вопросы массовой коммуникации», «Вестник Книжной палаты» и «Вестник Львовского университета. Серия: журналистика». Были установлены тенденции обоснования актуальности, определения цели, задач, объекта и предмета, методов и гипотезы. Использованы методы анализа и синтеза для исследования требований к постановочной части. Анализ постановочной части был разделен на два этапа: количественное исследование и качественное. Во время первого этапа – количественный контент-анализ, в ходе второго – метод обобщения. Установлено, что наиболее научно обоснованные работы были представлены в «Актуальных вопросах массовой коммуникации», наименее – в «Вестнике Львовского университета. Серия: Журналистика». Проведенный анализ позволил рекомендовать ученым издание для публикации их научных исследований.

**Ключевые слова:** научное исследование, научная статья, исследовательская проблема, постановка проблемы, постановочная часть.

