

УДК 070 : 304 : 655

DOI: <https://doi.org/10.32461/2409-9805.2.2019.175879>

Петрушка Аліна Іванівна,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
провідний спеціаліст Науково-технічної бібліотеки
Національного університету «Львівська політехніка»
alina.stashko@gmail.com
orcid.org/0000-0002-8769-4599

ВИЯВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ НАУКОВОГО КОНТЕНТУ

Метою роботи є визначення чинників трансформації наукового контенту журналу «*National Geographic Magazine*» (NGM). **Методологія дослідження** полягає у використанні загальнонаукових методів і спеціальних методик: аналізу, синтезу, логічного і статистичного методів, методу візуалізації результатів дослідження. Застосування аналізу, синтезу, логічного методу дало змогу обґрунтувати термін квазіприсутність аудиторії, визначити видові особливості ілюстрованості статей NGM. За допомогою статистичного методу і методу візуалізації результатів дослідження було обраховано і представлено динаміку ілюстрованості статей. **Наукова новизна** роботи полягає у введенні в науковий обіг, філософському та лінгвістичному обґрунтуванні терміна квазіприсутність аудиторії, представленні видових особливостей ілюстративного матеріалу і динаміки його поширення в журналі. **Висновки.** NGM, пройшовши тривалий шлях свого розвитку як бренд наукового, а згодом відомого на весь світ науково-популярного журналу, створив сучасний стиль подання ілюстрованого контенту. До межі першого десятиліття XX століття NGM окреслив стабільну тенденцію зміни знакової природи представлення в журналі науково-природничих знань: від текст-орієнтованого документа до візуалізованого засобами образотворчого мистецтва та картографії наукового матеріалу. Було закладено підвалини стилю наукового журналу як джерела достовірної текстової інформації, широко аргументованої і підтвердженої різноманітною візуальною інформацією.

Ключові слова: науковий контент, візуалізація, фотографія, ілюстрація.

Петрушка Алина Ивановна,
кандидат наук по социальным коммуникациям,
ведущий специалист Научно-технической библиотеки
Национального университета «Львовская политехника»

ПРОЯВЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ НАУЧНОГО КОНТЕНТА

Целью работы является определение факторов трансформации научного контента журнала «National Geographic Magazine» (NGM). **Методология исследования** заключается в использовании общенаучных методов и специальных методик: анализа, синтеза, логического и статистического методов, метода визуализации результатов исследования. Применение анализа, синтеза, логического метода позволило обосновать термин квазиприсутственность аудитории, определить видовые особенности иллюстрированности статей NGM. С помощью статистического метода и метода визуализации результатов исследования было подсчитано и представлена динамика иллюстрированности статей. **Научная новизна** работы заключается во введении в научный оборот, философском и лингвистическом обосновании термина квазиприсутственность аудитории, представлении видовых особенностей иллюстративного материала и динамики его распространения в журнале. **Выводы.** NGM, пройдя долгий путь своего развития как бренда научного, а впоследствии известного на весь мир научно-популярного журнала, создал современный стиль представления иллюстрированного контента. В первом десятилетии XX века NGM обозначил стабильную тенденцию к изменению знаковой природы представления в журнале научно-естественных знаний: от текст-ориентированного документа к визуализированному средствами изобразительного искусства и картографии научного материала. Были заложены основы стиля научного журнала как источника достоверной текстовой информации, широко аргументированной и подтвержденной разнообразной визуальной информацией.

Ключевые слова научный контент, визуализация, фотография, иллюстрация.

Petrushka Alina,
Ph.D. in Social Communication
Leading specialist of Scientific Library of
Lviv Polytechnic National University

DISCLOSURES OF THE TRANSFORMATION OF SCIENTIFIC CONTENT

The purpose of the article is to determine transformation's factors of scientific content of National Geographic Magazine (NGM). **The methodology** consists of using general scientific methods and special methods: analysis, synthesis, logical and statistical methods, the method of visualization of research results. The application of analysis, synthesis, logical method has allowed substantiating the term quasi-presence of the audience, to define the specific features of NGM articles' illustrativeness. Using the statistical method and method of visualization the dynamics of articles' illustrativeness was calculated and presented. **The scientific novelty** of the work consists in introducing into the scientific circulation the philosophical and linguistic substantiation of the term quasi-presence of the audience, presentation of specific features of the illustrative material and the dynamics of its dissemination in the journal. **Conclusions.** NGM, having gone a long way in its development as a brand of scientific and subsequently known to the world of popular science magazine, created a modern style of presentation of illustrated content. To the brink of the first decade of the twentieth century, NGM outlined the stable tendency of changing the symbolic nature of the presentation of scientific and natural knowledge in the journal: from text-oriented document to visualized by the means of fine arts and cartography scientific material. The foundations of the style of the scientific journal were laid as sources of reliable textual information, widely argued and confirmed by various visual information.

Key words: scientific content, visualization, photography, illustration.

Актуальність теми дослідження. Науковий дискурс «National Geographic Magazine» (NGM) зазнав докорінних змін під впливом трансформації функціонального та читацького призначення, профілю тематичного наповнення контенту журналу. NGM – бренд світової журналістики, що сформував сучасний стиль подання багатоілюстрованого контенту. Шлях від академічного корпоративного часопису до всесвітньовідомого науково-популярного видання NGM пройшов, впровадивши кардинальні трансформації в концепцію його функціональних характеристик. Трансформація функціонального призначення NGM найбільш чітко простежується у дослідженні принципів відбору і представлення інформації: тренд до використання стилістики популярного, привабливого опису досліджень; широке насичення контенту ілюстраціями та картами; обмеження обсягів офіційних матеріалів. Таке скерування свідчило про типологічну трансформацію концепції журналу: від наукового видання до науково-популярного. Коректування типологічних характеристик журналу та розширення тематики його контенту далеко поза межі академічної географії цілеспрямовано проектувалося на заповненість журналу значно ширшими читацькими колами, тобто відбувалася зміна читацького призначення журналу. Докорінних змін зазнав і профіль тематичного наповнення контенту журналу. Публікація ґрунтовних і суспільно вагомих статей з фізичної географії (дослідження ерозії, класифікації рельєфу, погодних, прибережних і наземних обстежень) поєднувалося із застосуванням на практиці того, що вже стало принципом функціонування журналу – використанням географічних знань як інструменту націоналізму, оприлюдненням розвідок з широкого спектру суміжних природничих та суспільних наук (біології, орнітології, зоології, антропології, демографії, етнографії, історії), написаних в привабливому стилі, ілюстрованих схемами, картами, фотографіями.

Метою роботи є визначення трансформаційних чинників наукового контенту журналу «National Geographic Magazine» (NGM). Для досягнення мети головними завданнями є обґрунтувати термін квазіприсутність аудиторії, визначити видові особливості і динаміку ілюстрованості статей NGM.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Знак як елемент системи соціальної комунікації демонструє незмінну вагомість і займає провідні позиції і в інформаційній науці. Класична теорія сутності та природи знаку і знакових систем, дослідження їхньої ролі в комунікаційних процесах, в комунікаційній взаємодії, вивчення їхнього інтерпретаційного потенціалу висвітлено в працях Ч. Пірса, Ф. де Сосюра, Ч. Морріса, М. Гайдегера, Р. Барта, Ж. Бодрійяра, Г. Гадамера, У. Еко [1; 5; 7; 9; 12;]. Семіотичну теорію було покладено в основу дослідження закономірностей функціонування документальної і фактологічної інформації та її інтерпретаційного потенціалу, що реалізується в соціальних комунікаціях, проведеного М. Комовою. Як вказує дослідник, документ реалізує свою інформаційну та комунікаційну функції в процесі комунікаційного акта, під час якого комунікант і реципієнт передають і приймають інформацію, виконавши дві операції, що мають семіотичне підґрунття – кодування інформації в документі та її декодування, здійснюване за допомогою знаку або знакових систем. Документна комунікація як інформаційний процес здійснюється в знаковій формі. Комунікаційний акт відбувається завдяки реалізації знаком своїх властивостей: інформативності, оскільки знак містить смислову інформацію про означуваний об'єкт, та перцептивності, оскільки знак повинен бути зрозумілим і доступним для сприйняття реципієнтом. Таким чином документ виявляє себе як інформаційно-семіотичний феномен соціальної комунікації [2]. Питання знакової природи документів, тенденції до глобальної мультимедійності представлення інформації на різноманітних електронних носіях, візуалізація інформації перебувають в колі багатоаспектних прикладних досліджень.

Виклад основного матеріалу. На шляху свого тріумфального поступу до світового читача NGM крок за кроком випрацьовував і розвивав засади представлення матеріалу, до яких можна зарахувати: універсальність контенту; квазіприсутність аудиторії; динамічність тематичних трансформацій контенту журналу; сенсаційність; елітність автури; америкоцентризм; нетолерантність до тоталітарних режимів; зорієнтованість на поширен-

ня демократичних цінностей. Серед перелічених засад виняткову вагу у перетворенні суто академічного видання Національного географічного товариства у світовий бестселер, на наш погляд, має позиція про квазіприсутність аудиторії.

Обґрунтування терміна *квазіприсутність аудиторії*. NGM, поставивши собі завдання вийти з вузького академічного кола професіоналів-географів, охопити та задовольнити інформаційні запити та інтереси непрофесійного читача, вжив кроки до трансформації жанрової структури публікацій, до зміни співвідношення текстового та візуального компонентів. Вміщення на сторінках NGM багатого ілюстративного матеріалу спричинює глибокий емоційний ефект ілюзії присутності та активної співучасті читача в подіях, описаних автором (журналістом, фотографом, художником). Для номінування цього ефекту вводимо термін «квазіприсутність».

Технологічні аспекти введення в науковий обіг терміна «квазіприсутність» ґрунтуються на появі тенденції до насичення контенту друкованих мас-медіа традиційними ілюстративними матеріалами (гравюрами, фотографіями, фотогравюрами, картами, схемами), що і спостерігається в діяльності NGM. Однак, технологічна база для реалізації квазіприсутності зазнала докорінних еволюційних змін в час використання інформаційних технологій. Поширення мультимедійних технологій в мас-медіа, які становлять платформу комбінування різних форм подання інформації на одному носіїві (текстової, графічної, звукової, анімації, відео) надає учасникам комунікативних процесів необмежені можливості надсилати та одержувати інформацію у будь-якій формі чи формах, взаємозамінних за потребами споживачів [6]. Поєднання звукових, текстових і цифрових сигналів, а також нерухомих і рухомих образів на одному носіїві контенту створює глибокий вплив на споживача інформації не тільки на інтелектуальному, але й на емоційному, психологічному рівні, що створює ілюзію безпосередньої, легко доступної участі в демонстрованих подіях чи явищах.

Саме активне цілеспрямоване включення особистісних характеристик споживача інформації в процес комунікативної взаємодії

дає підстави для введення в науковий обіг терміна *квазіприсутність* на позначення поняття «ефект ілюзії власної реальної участі (спостереження) в подіях чи явищах, демонстрованих в мас-медіа, зокрема, із використанням мультимедійних телекомунікаційних технологій».

Філософські аспекти введення в науковий обіг терміна *квазіприсутність* лежать в площині теорій екзистенціалізму, що осмислює існування людини у світі та її відповідальності за свої дії, позиціонує і досліджує людину як унікальну духовну істоту, що здатна до вибору власної долі та повинна мати змогу діяти вільно, мати свободу волі, вибору і засобів їхньої реалізації. Основним виявом екзистенції є свобода, яка визначається як відповідальність за результат свого вибору [11].

До екзистенціалістів, чий вчення становлять філософське підґрунтя досліджуваних комунікативних процесів, належить М. Хайдеггер (Martin Heidegger). Філософ, вивчаючи буття через інтерпретацію особливого виду буття – людського буття – дазайну, тут-буття (*нім. Dasein – філос.* тут-буття, буття-свідомість, *букв.* існування), предметом дослідження обрав смисл буття загалом. На думку філософа, сутністю, яка визначає смисл буття і повинна бути вихідним пунктом для відкриття буття, є людина, оскільки саме цій сутності властиво те, що разом з її буттям і через її буття це ж буття й відкривається. За М. Хайдеггером, первісна відкритість тут-буття характеризується як налаштованість, тобто основний екзистенціал або буттєва характеристика тут-буття. У тлумаченні екзистенціальної структури тут-буття М. Хайдеггер обґрунтовує первісність емоційно-практичного ставлення людини до світу, тобто буття сутності (людини) відкрито їй відповідно до її безпосередніх намірів чи можливостей, а не просто споглядання [12].

Пропонуючи до введення в науковий обіг термін *квазіприсутність*, важливо також проаналізувати його відповідність до лінгвістичних вимог, а саме, дотримання норм термінотворення і терміновживання.

Термін *квазіприсутність* утворений за допомогою поширеного в науковій мові способу основокладання шляхом поєднання усіченої основи латинського походження

квазі- (лат. *Quasi* – немов, майже) і загально-вживаного слова *присутність*. Для сучасної спеціальної лексики властиве використання органічно засвоєних українською мовою терміноелементів греко-латинського походження, яким притаманна стандартність значень [4]. Серед них – усічена основа *квазі-*, яка виступає в препозиції складених слів, і за значенням, згідно із Словником української мови, відповідає прикметникам несправжній, уявний [8].

Слово *присутність*, яке входить до складу пропонованого до вживання терміна-композиція *квазіприсутність*, належить до загальнолітературної мови і охоплює такі значення: 1. Чиесь перебування в якому-небудь місці у певний час; протилежне – відсутність. 2. Наявність, існування чого-небудь у чомусь, дець.

У цих значеннях слово *присутність* є компонентом у словосполученні у *присутності*, а саме: а) при наявності кого-небудь дець; при наявності певної кількості людей; б) (*канц.*) при яких-небудь свідках; в) при наявності чого-небудь у чомусь; за допомогою чогось [8]. Таким чином, термінологізація цієї лексеми не обтяжується складною семантичною структурою.

Зміну семантики загально-вживаного слова у комунікативній терміносистемі відбивають такі аспекти значення, як денотативний, сигніфікативний, парадигматичний і синтагматичний [3].

Нова денотативно-сигніфікативна співвіднесеність слова *присутність* у поєднанні з усіченою основою *квазі-* зумовлює отримання нею нової семантичної мотивованості, яка формується внаслідок метафоричного переосмислення його значення. На основі спільної ознаки – функційної схожості – відбулося переосмислення значення загальнолітературного слова: *присутність* (*чиесь перебування в якому-небудь місці у певний час*) → *квазіприсутність* (*несправжнє, уявне чиесь перебування в якому-небудь місці у певний час*).

Термінологічне значення деривата визначає реалізацію нових парадигматичних відношень. Термін *квазіприсутність* виявляє своє парадигматичне значення у групі слів , об'єднаних семою “ознаки (характеристики) реципієнта як суб'єкта комунікативної вза-

ємодії”. Відбувається розширення сфер вияву характеристик реципієнта у комунікативній взаємодії та їхньої термінологічної номінації: такі традиційні сфери, як семантична (*поінформованість, начитаність, обізнаність*) та психологічна (*комунікативність, мотивованість, переконаність, адаптованість*), доповнюються фізичною характеристикою (*квазіприсутність*), яка властива реципієнтам в умовах мультимедійної комунікації.

Термінологізація слів, зокрема загальнолітературних, здебільшого передбачає утворення нових синтагматичних значень, які відбивають взаємозв'язок між родовими і видовими поняттями. Родові поняття позначаються метафорично переосмисленими словами, видові поняття відтворюють суто спеціальні терміни, які виступають в ролі конкретизаторів *присутність* → *квазіприсутність реципієнтів*.

Таким чином, термін *квазіприсутність* відповідає мовним нормам української мови, має прозору семантичну і словотвірну структуру, а тому є придатним до використання в науковій мові.

Із часу заснування NGM найпривабливішими жанрами подання матеріалу були звіти, репортажі про експедиції, екскурсії, подорожі залізницею, повітрям чи водою, трансконтинентальні рекордні перельоти, мандрівки незвіданими землями та пам'ятними місцями паломництва мільйонів. Дописи, статті щедро ілюструвалися фотографіями, гравюрами, картами. Із виходом у світ майже кожного номера читач мав змогу подорожувати разом з авторами дописів, які були безпосередніми учасниками подорожей:

– повітряна подорож на аероплані з Константинополя в Афіни з оглядом давніх, середньовічних та сучасних подій на тлі міфології за 3000 років за М. Вільямсом, 25 ілюстрацій (грудень 1928);

– шляхами подорожей Марко Поло в Азії і відкриття незвіданих земель, долучення відомостей про корисні копали, тварин, птахів і рослин до знань людини, 55 ілюстрацій (листопад 1928);

– підкорення Тихого океану: подорож літаком у 7400 миль через три океани з Сан-Франциско в Брісбені (Австралія), 28 ілюстрацій (жовтень 1928);

- подорож італійських повітряних аргонавтів на гідролітаку до шести континентів у 60000 миль, 62 ілюстрацій (вересень 1928);
- подорож на острів Хуана Фернандеса (Чилі), 24 ілюстрацій (вересень 1928);
- археологічні експедиції в Месопотамію: до руїн на Кархеміш (Туреччина) і в Урі (Ірак), 19 ілюстрацій (серпень 1928);
- пішохідна екскурсія по Ісландії, 39 ілюстрацій; Острів саг (Ісландія), 20 ілюстрацій (квітень 1928);
- повітряна подорож вздовж русла річки Потомак, 38 ілюстрацій (березень 1928);
- навколосвітня подорож самотнього мандрівника на вітрильнику протягом чотирьох років, 77 ілюстрацій (лютий 1928);
- подорож залізничним і водним транспортом уздовж східного узбережжя Адріатичного моря по північно-західному краю сербів, хорватів, словенів, чорногорців, 27 ілюстрацій (січень 1928);
- підкорення Північного полюсу (травень 1928).

Таким чином, саме завдяки оригінальності, незвичності, непересічності тематики, величезній насиченості контенту автентичним ілюстративним матеріалом досягалася квазі-присутність читачів у подіях – ефект ілюзії власного реального спостереження за подіями, що, безумовно, було колосальним важелем привабливості журналу, потужним засобом впливу на емоційне сприйняття.

Видові особливості ілюстрованості статей NGM. Із початку 1896 року NGM, набувши статусу ілюстрованого місячника, інформував не тільки про назви статей, але й про наявність ілюстративного матеріалу, створеного фотомеханічним або фотохімічним способами: фронтисписів, ілюстрацій, карт, діаграм, портретів, які візуалізували текстові матеріали. NGM, як і інші провідні періодичні видання, активно використовував технологію автотипії, винайдену в кінці XIX ст. Г. Мейзенбахом. Особливо значення автотипії зросло, коли за допомогою світлофільтрів було опрацьовано техніку кольороподілу багатоколірних оригіналів та їхнього відтворення в друці всього трьома-чотирма доповнювальними тріадними фарбами – ціан, маджента, жовтий, чорний, що входять до субтрактивної колір моделі CMYK [10]. Про ви-

користання у NGM доповнювальної чотириколірної моделі CMYK послідовно підкреслювалося в журналі.

Фотогравюри, виготовлені фотохімічним способом, друкувалися з металевої (мідної) пластини репродукцією малюнку або світлин. Фотохімічний друкарський процес, винайдений у 1879 році, давав змогу виготовляти гравюри вручну.

Активне вміщення фотографії на сторінках NGM знаменує собою поворот від незнаного, непопулярного існування журналу. Потужним поштовхом до використання фотографії і надання їй центральних позицій в контенті журналу стали воєнні конфлікти США з Іспанією та Філіппінами в кінці XIX – на початку XX століття. Саме цей період NGM обрав свій шлях, щоб стати одним з найпоширеніших джерел інформації і зображень про світ в американській культурі. Саме актуальністю тематики, її суспільною вагомістю, а також широким використанням нової технології фотографування, привабливістю контенту зумовлений неабиякий інтерес до опублікованого в квітні 1905 року номера журналу про культуру, політику і багатства Філіппін, ілюстрованого 32 фотографіями. Фотографічне відтворення життя на Філіппінських островах було важливим не тільки тому, щоб розважати публіку, але й для сприяння взаєморозумінню між американцями і філіппінцями. NGM послідовно підкреслював прогресивний характер американської присутності на Філіппінах, демонструючи атрибути цивілізації – соціального та політичного порядку, освіти, торгівлі – необхідних для майбутнього благополуччя Філіппін і водночас вмщував екзотичні портрети уродженців островів та «цивілізованих» філіппінців, які переймали характер західної культури. Цей номер редакція була змушена додрукувати для задоволення небувалого попиту.

Фотографія послідовно використовувалася і стосовно інших ситуацій, зокрема для документування прогресивного впливу американської присутності та комерційної вигоди шляхом зіставлення образів життя на Кубі до і після поліпшення армійського корпусу інженерів. Ця ж стійка тенденція простежується і в роки холодної війни. Традиція широко використовувати фотографію як документальну

базу та аргументацію в журналі зародилася як спосіб продемонструвати міць місії Америки за кордоном.

Фронтиспіси, які також виконувалися способом автотипії в NGM мають не тільки художньо-естетичне, але й значне пізнавальне, наукове навантаження. Передусім, серед майже 20 фронтисписів, вміщених у журналі протягом перших десятиліть, найбільшу наукову цінність мають карти: воєнних операцій (червень 1899), північного полярного полюсу (серпень 1899); Китаю (вересень 1900), Китаю, Японії та Російсько-маньчжурської залізниці (серпень 1900), Південної Америки (серпень 1906). Поряд із традиційним зображенням гір чи міст привертає увагу вперше у листопаді 1903 року вміщене панорамне зображення – панорама гір Врангеля (листопад 1903).

Збереженню історичної пам'яті слугує вміщення портретів визначних діячів, праця яких пов'язана із здобутками географічної науки. Так, у час зміни президентів Національного географічного товариства вийшов у світ спеціальний номер, присвячений першому президентові товариства Гардінеру Г. Хаббарду, з його портретом на фронтисписі (лютий 1898 р.), наступний номер містив фронтиспис з портретом нового президента товариства Олександра Г. Белла (березень 1898 р.).

Динаміка ілюстрованості статей NGM. Про утворення журналу як ілюстрованого наукового видання свідчить зростання статей, тематику яких розкривають *ілюстрації, карти, діаграми, графіки, портрети* (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка ілюстрованості статей NGM (1896-1920)

Рік	Кількість статей за рік	з них ілюстрованих статей	Ілюстративні елементи до статей					Відсоток ілюстрованих статей
			ілюстрація	карта	ілюстрація + карта	діаграма-графік	портрет	
1896	66	18	4	7	6	1	–	27,2
1897	47	17	5	3	4	2	3	36,2
1898	64	20	7	1	8	3	1	31,3
1899	66	20	10	4	5	1	–	30,3
1900	88	21	9	8	3	–	1	23,9
1901	58	25	24	1	–	–	–	43,1
1902	56	21	15	6	–	–	–	37,5
1903	82	37	33	2	–	–	2	45,1
1904	83	38	32	6	–	–	–	45,8
1905	74	30	25	4	1	–	–	40,5
1906	56	36	35	1	–	–	–	64,3
1907	72	55	55	–	–	–	–	74,4
1908	61	52	51	1	–	–	–	85,2
1909	69	56	54	2	–	–	–	81,2
1910	73	66	64	1	1	–	–	90,4
1911	61	57	50	–	7	–	–	93,4
1912	48	46	31	1	14	–	–	95,8
1913	40	39	35	–	4	–	–	97,5
1914	39	34	33	–	1	–	–	87,2
1915	39	38	31	–	7	–	–	97,4
1916	30	30	29	1	–	–	–	100
1917	44	36	36	–	–	–	–	81,8
1918	57	54	51	1	2	–	–	94,7
1919	49	48	48	–	–	–	–	97,9
1920	45	45	45	–	–	–	–	100

Слід відзначити, що кількість ілюстрованих статей, вміщених у журналі протягом 1896 – 1905 років, не перевищувала 50%, але мала тенденцію до зростання. У 1896 – 1909 роках

кількість ілюстрованих статей ілюстраціями, картами становила уже до 85%, а до 1920 року всі наукові статті супроводжувалися ілюстраціями, зрідка картами.

Кількість ілюстрацій до статей, звичайно, була різною, однак з 1905 року розпочався друк багатоілюстрованих статей, що засвідчувало про використання авторським колективом потужних можливостей та ресурсів ілюстрації, фотографії. Так, у квітневому номері цього року вміщено статтю про відкриття Філіппін, яка супроводжувалася 150 ілюстраціями з життя аборигенів.

У червні цього ж року вийшов у світ спеціально можливості збереження, відтворення і полізований номер щодо прогнозу погоди і штормівирення інформації. Крім ілюстрацій та карт, підготовлений очільником Бюро погоди США іщо супроводжували спочатку більшість статей Президентом Національного географічного товариства Віллісом Муром (Willis L. Moore). Цей століття кожна з них, в окремих номерах журналу номер «National Geographic Magazine», без сумніву, мав непересічне значення: він вперше склякий міг або стосуватися, або не стосуватися дався з 20 карт у повний аркуш у 15 кольорах і 5 ілюстрацій, а також містив карту воєнних дій в Маньчжурії у двох кольорах (червень 1905). Із цього часу на сторінках журналу почали траплятися і повноаркушеві ілюстрації до статей. Так, стаття про найбільше полювання у світі супроводжувалася 17 повноаркушевими ілюстраціями (грудень 1906).

Ця тенденція набула свого потужного розвитку у наступні роки. Так, стаття про поширені види птахів з ферм і фруктових садів супроводжувалася 350 ілюстраціями у 8 кольорах (червень 1913).

Із початку 1914 року NGM активно розширює візуальний ряд, використовуючи найновіші досягнення у сфері фототехнологій та проектування фотоапаратури, що розширюва- тей, а до кінця другого десятиріччя минулого століття кожна з них, в окремих номерах журналу номер «National Geographic Magazine», без сумніву, мав непересічне значення: він вперше склякий міг або стосуватися, або не стосуватися дався з 20 карт у повний аркуш у 15 кольорах і 5 ілюстрацій, а також містив карту воєнних дій в Маньчжурії у двох кольорах (червень 1905). Із цього часу на сторінках журналу почали траплятися і повноаркушеві ілюстрації до статей. Так, стаття про найбільше полювання у світі супроводжувалася 17 повноаркушевими ілюстраціями (грудень 1906).

Таблиця 2

Ілюстрованість номерів NGM(1914-1920 рр.)

Рік	Ілюстрації		Фотогравюри	
	кількість номерів з ілюстраціями	в них аркуші з ілюстраціями	кількість номерів з фотогравюрами	в них аркуші з фотогравюрами
1914	3	53 (в 4 кольорах)	4	64 (в 2 тонах)
1915	4	94 (в 4 кольорах)	4	64 (в 2 тонах)
1916	4	97 (в 4 кольорах)	4	64 (в 2 тонах)
1917	4	41 (в 4 кольорах)	2	32 (в 2 тонах)
1918	—	—	—	—
1919	3	167 (в 4 кольорах)	—	—
1920	2	28 (в 4 кольорах)	3	48 (в 2 тонах)

Редакція надавала виняткове значення образотворчій та картографічній компоненті контенту журналу: постійно розширюючи візуалізацію текстової науково-природничої інформації, редакція скрупульозно вела підра-

хунок ілюстрацій. Із 1921 року ілюстративний матеріал до номерів анонсується переважно у двох варіантах: кількість повноколірних ілюстрацій, кількість сторінок повноколірних ілюстрацій (табл. 3).

Ілюстрованість номерів NGM (1921-1958 рр.)

Рік	Кількість ілюстрацій	Рік	Кількість ілюстрацій	Рік	Кількість ілюстрацій	Рік	Кількість ілюстрацій
1921	64с	1930	288с	1940	360с	1950	760с
1922	32с; 48і	1931	288с; 28і	1941	344с	1951	768с
1923	88с; 32і	1932	104с; 150і	1942	280с	1952	760с
1924	44с; 90і	1933	200с	1943	196с	1953	782с
1925	84с; 84і	1934	240с	1944	312с	1954	848с
1926	140с; 86і	1935	248с	1945	360с	1955	824с
1927	138с; 79і	1936	304с	1946	456с	1956	840с
1928	200с; 56і	1937	168с	1947	525с	1957	840с
1929	240с; 26і	1938	224с	1948	672с	1958	846с
		1939	408с; 16г	1949	680с		
Примітка.		і - кількість ілюстрацій до номеру в повному кольорі с - кількість сторінок [ілюстрацій] до номеру в повному кольорі г – кількість гравюр					

Поширення фотографії, зокрема кольорової, створило технічні передумови для широкого застосування візуального супроводу наукових статей ілюстративним матеріалом, що сприяло поступовій трансформації суто наукового журналу в науково-популярний. Ілюстрації робили привабливим журнал як для цільової аудиторії, але й для широких читачьких кіл. Із 1905 року на сторінках журналу регулярно друкуються кольорові ілюстрації і карти, зокрема у повний аркуш. У 1909 року кількість ілюстрованих статей фотографіями, картами становила уже до 85%, до 1920 року – 100%. Текстова та образотворча, картографічна інформація стали повноправними компонентами контенту журналу, які відтворювали знання про навколишній світ своїми спеціальними засобами збереження і передавання інформації: знаки тексту передавали зорові коди звуків, ілюстрації були візуальними аналогами навколишнього світу.

Висновки. NGM, пройшовши тривалий шлях свого розвитку як бренд наукового, а згодом відомого на весь світ науково-популярного журналу, створив сучасний стиль подання ілюстрованого контенту. Виконуючи функції офіційного наукового журналу Національного географічного товариства, журнал набув авторитету і ваги в наукових колах, що у поєднанні з реалізацією новаторських засад редакційної політики Г. Гросвенера дозволило створити авторитетне

видання для популяризації наукових знань з географії, природознавства, історії, культури різних народів, різних цивілізацій планети.

До межі першого десятиліття ХХ століття окреслилася стабільна тенденція зміни NGM як наукового видання щодо знакової природи представлення науково-природничих знань: від текст-орієнтованого документа до візуалізованого засобами образотворчого мистецтва та картографії наукового матеріалу. Було закладено підвалини стилю наукового журналу як джерела достовірної текстової інформації, аргументованої і підтвердженої широким представленням різноманітної візуальної інформації. Широке використання засобів візуалізації текстового матеріалу – фотографії, карти, гравюри – відкрило шлях до трансформації наукового та корпоративного видання, призначеного вузькій групі інтелектуалів–географів у науково-популярний часопис, цікавий і корисний якнайширшим колам читачів, яких цікавило різноманіття життя Землі і людини на Землі.

Маючи за мету популяризувати здобутки геології, демографії, метеорології, картографії, океанографії та історії освоєння земель, журнал пройшов тривалий еволюційний шлях з'ясування своїх функцій, засобів поширення науково-природничих знань, пошуку своєї читачької аудиторії. Можемо везацією новаторських засад редакційної політики мову про такі новації «National Geographic Magazine»:

– обрання тематики, актуальної на національному та світовому рівні. NGM сформувався як джерело інформації національного рівня, поєднавши географічну науку з національним імперативом – комерційною, політичною, військовою експансією США. Ця модель комунікативної взаємодії журналу і федерального уряду, суспільства збережеться протягом усього ХХ століття; на думку дослідниці Сюзан Шультен, фотографічна традиція в журналі розпочалася як спосіб продемонструвати міць місії Америки за кордоном [14];

– трансформування функціональних характеристик NGM виявив здатність експериментувати, поєднавши імперативи науки та здатність задовольняти інтереси широких читацьких верств популярним та привабливим викладом інформації;

– використання традиційних і впровадження нових технологій ілюстрування текстового матеріалу, зокрема фотографування. NGM надавав винятково важливого значення ілюстрації (фотографії, карті, гравюрі) як важливому компоненту контенту журналу, що набув ознак відмінної риси журналу в ХХ столітті.

Список використаних джерел

1. Гадамер Г.-Г. Герменевтика і поетика. Київ : Юніверс, 2001. 288 с.
2. Комова М.В. Документальна та інтерпретаційна природа контенту в соціальних комунікаціях. Львів : Тріада-плюс, 2014. 384 с.
3. Комова М.В. Українська документознавча термінологія : шляхи формування та функційні особливості. Львів, Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2011. 315 с.
4. Кочан І. М. Динаміка і кодифікація термінів з міжнародними компонентами в сучасній українській мові. Львів : Видавн. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2004. 519с.
5. Моррис Ч. Основания теории знаков // Семиотика. Москва, 1983. С. 37-89.
6. Пелешчин А. М. Позичування сайтів у глобальному інформаційному середовищі. Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2007. 258 с.
7. Пирс Ч.С. Избранные философские произведения. Москва : Логос, 2000. 448 с.
8. Словник української мови : в 11 т. Київ : Наук. думка. 1970-1980.
9. Сосюр Ф. де. Курс загальної лінгвістики. Київ : Основи, 1998. 324 с.
10. Стефанов С. Краткая энциклопедия печатных технологий. Москва : ФЛИНТА : Наука, 2012. 248 с.
11. Тофтул М. Г. Сучасний словник з етики. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. 416с.
12. Хайдеггер М. Время и бытие. Москва : Республика, 1993. 447 с.
13. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. ТОО ТК «Петрополис», 1998. 432 с.
14. Schulten S. The Making of the National Geographic : Science, Culture, and Exhansionism // American Studies, 41:1 (Spring 2000). P. 5 – 29. – URL : <https://journals.ku.edu/index.php/amerstud/article/viewFile/3122/3081>.

References

1. Gadamer H.-G. Hermeneutics and poetics. Kyiv : Yunivers, 2001. 288 p.
2. Komova M.V. The documentary and interpretative nature of content in social communications. Lviv : Triada-plus, 2014. 384 p.
3. Komova M.V. Ukrainian document terminology: the ways of formation and functional features. Lviv, Vyd-vo NU «Lvivska politekhnika», 2011. 315 p.
4. Kochan I.M. Dynamics and codification of terms with international components in the modern Ukrainian language. Lviv : Vydavn. tsentr LNU im. I. Franka, 2004. 519 p.
5. Morriss Ch. Foundations of the theory of signs // Semiotics. Moskva, 1983. pp. 37-89.
6. Peleshchyn A.M. Positioning of sites in the global information environment. Lviv : Vyd-vo NU «Lvivska politekhnika», 2007. 258 p.
7. Pirs Ch.S. Selected philosophical works. Moskva : Lohos, 2000. 448 p.
8. Dictionary of the Ukrainian language: v 11 t. Kyiv : Nauk. dumka. 1970-1980.
9. Sosiur F. de. The course of general linguistics. Kyiv : Osnovy, 1998. 324 p.
10. Ctefanov S. Brief Encyclopedia of Printing Technology. Moskva : FLYNTA : Nauka, 2012. 248 p.
11. Toftul M.H. Modern Dictionary of Ethics. Zhytomyr : Vyd-vo ZhDU im.I. Franka, 2014. 416 p.
12. Khaidehher M. Time and being. Moskva : Respublika, 1993. 447 s.104.
13. Эко У. Missing structure. Introduction to semioology. ТОО ТК «Petropolys», 1998. 432 p.
14. Schulten S. The Making of the National Geographic : Science, Culture, and Exhansionism // American Studies, 41:1 (Spring 2000). P. 5 – 29. URL : <https://journals.ku.edu/index.php/amerstud/article/viewFile/3122/3081>.