

11. Поточний архів Закарпатського обласного управління статистики. Розподіл населення за національністю та рідною мовою за даними перепису 2001 року. Закарпатська область. Все населення. Таблиця 5.1. Постійне населення. Абсолютні дані.
12. Протокол к Договору между Союзом Советских Социалистических Республик и Чехословацкой Республикой о Закарпатской Украине // Закарпатська Україна. — 1945. — 30 черв.; Документи и материалы по истории советско-чехословацких отношений. — М. : Наука, 1998. — Т. 5 : Май 1945 г. — февраль 1948 г. — С. 80—82.
13. *Рікер П.* Сам як інший / Поль Рікер ; [пер. з франц.]. — К. : Дух і літера, 2000. — 458 с.
14. *Сміт Е.* Нації та націоналізм у глобальну епоху / Ентоні Сміт ; [пер. з англ. М. Климчука і Т. Цимбала]. — К. : Ніка-Центр, 2006. — 320 с.
15. *Тейлор Ч.* Мультикультуралізм і «політика визнання» / Чарльз Тейлор. — К. : Альтепрес, 2004. — 172 с.
16. *Чорний С.* Національний склад населення України в ХХ сторіччі / Сергій Чорний. — К. : НВП «Картографія», 2001. — 86 с.
17. *Еріксон Е.* Идентичность: юность и кризис / Эрик Эриксон ; [пер. с англ. В. И. Ривош, А. М. Прихожан, А. Д. Андреева]. — М. : Прогресс, 1996. — 340 с.
18. *Erikson E.* Life history and the historical moment / Erik Erikson. — New York : Norton&Company, 1975. — 283 p.
19. *Robertson R.* Globalization: Social Theory and Global Culture / R. Robertson. — London : Thousand Oaks (Ca.): Sage Publications, 1992. — 224 p.

Емілія Огар

ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ЦИФРОВИХ МЕДІА ДЛЯ ДІТЕЙ ТА ПІДЛІТКІВ

Виходячи з наявних у теорії інтерпретації поняття «електронне видання» та опираючись на результати аналізу представлених на українському медійному ринку цифрових продуктів, запропоновано можливу типологію електронної дитячої книги, адресованої дитячій та підлітковій аудиторії. Особливу увагу приділено впливу дитячої друкованої книги на концепцію створення та естетику електронної книги.

Ключові слова: електронне видання для дітей, електронне книговидання, електронна гра-книжка, електронна мономедійна книжка, електронна мультимедійна книжка, інтерактивне видання.

Исходя из существующих в науке интерпретаций понятия «электронное издание» и опираясь на результаты анализа представленных на украинском медийном рынке цифровых продуктов, предложена возможная типология современной электронной книги, адресованной детской и подростковой аудитории. Особое внимание уделено влиянию детской печатной книги на концепцию создания и эстетику электронной книги.

Ключевые слова: электронное издание для детей, электронное книгоиздание, электронная игра-книга, электронная мономедийная книга, электронная мультимедийная книга, интерактивное издание.

The presented typology of modern e-book for children and adolescents is described based on the theoretic interpretation of the notion «e-edition» and on the analysis of actual mediamarket in Ukraine. The particular attention is paid to the influence of printed children's book on the concept of creation and aesthetics of the e-book.

Key words: e-edition for children, e-publishing, e-game-book, monomedia e-book, multi-media e-book, interactive edition.

Найвиразнішою ознакою інформаційної епохи є зростання суспільної, технічної і культурної ролі цифрових інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема Інтернету, а також поява і швидке розповсюдження новітніх цифрових медіапродуктів. Все це спричинило зміни в донедавна усталеному форматі соціальних комунікацій, у способах накопичення, трансляції, споживання і сприйняття інформації.

Упродовж останніх двадцяти років цифрова культура, стрімко модернізуючись, майже повсюдно відвоює територію у традиційної книжкової культури, ба більше — вона активно змагається за реципієнта з аудіовізуальною культурою, зокрема телебаченням. Характер і масштаби експансії цифрової культури визначаються рівнем економічного і технологічного розвитку конкретної країни.

Багатовимірний феномен «Галактика Інтернет» («the Internet Galaxy») — термін М. Кастельса*) уже не перший рік досліджується у різних країнах у різних аспектах — філософському, економічному, культурологічному, психологічному, етично-правовому. В аспекті соціальних комунікацій він є актуальним з огляду не лише на пер-

* Див. однойменну працю вченого, відомого своїми дослідженнями проблем інформаційної епохи і мережевого суспільства [5].

спективи розвитку видавничої сфери, зокрема e-publishing, а й на зміни в технологіях створення та культурі споживання медіапродуктів. Видавців-практиків цікавлять питання виробництва новітніх продуктів та їхнього ефективного маркетингу. Як показує досвід, чимдалі частіше ці питання потрапляють у сферу зацікавлення фахівців з IT-технологій.

Особливого значення проблема нових медіа набуває в контексті нової інформаційної поведінки дітей та молоді XXI ст., або нового — «on-line» — способу соціального життя юних реципієнтів*. Діти, що вже з дошкільного віку «оселяються» в Мережі, які змалечку на «ти» з планшетами, смартфонами, комп'ютерами, — такі діти набагато вільніше, ніж їхні батьки і вчителі, орієнтуються у новітніх комп'ютерних технологіях, значно активніше використовують різнопланові можливості Web 2.0. Дедалі частіше комп'ютерними іграми, Інтернетом та цифровими додатками дитина оволодіває раніше, ніж традиційною книгою.

Мета пропонованої статті полягає у тому, щоб на основі узагальнення результатів аналізу наявних на українському ринку електронних видань, адресованих дитячій та підлітковій аудиторії, запропонувати можливу типологію цього новітнього медійного продукту.

Враховуючи досить широкий «плюралізм» у тлумаченні поняття «електронне видання», на який вказують дослідники [8], неврегульованість його в українському законодавстві**, спершу наведемо визначення, яке ми у дослідженні приймаємо за робоче: «це документ у цифровому форматі, доступний для публічного доступу, отриманий за допомогою пристроїв для зчитування та обміну інформації, який містить дані, програми, а також комбіновані джерела, а також вихідні відомості (для бібліографічного опису та каталогізації)» [7]. Термін «електронна книжка» вживаємо як тотожний терміну «електронне видання», на протипагу частого застосування його на позначення не самого контенту, а спеціальних пристроїв (планшетів), за допомогою яких можна прочитати електронні книжки різних форматів чи прослухати звукові файли.

* Див., зокрема, [11].

** У термінологічному стандарті «Видання електронні» дефініція базового терміна «видання електронне» взагалі відсутня (!) [3].

У процедурах класифікації, систематизації і типологізації електронних видань, адресованих дитячій та підлітковій аудиторії, ми враховуємо низку ознак, що на сьогодні використовують для типологічної характеристики цифрових продуктів загалом. Умовно ми поділяємо їх на ознаки універсального характеру: природа інформації (текстове, образотворче, звукове, комбіноване); цільове призначення (художнє, пізнавальне, розвивальне тощо); читацька адреса (орієнтація на можливості дитини конкретного віку)*; а також ознаки специфічного характеру: технологія поширення (локальне та мережеве); тип подання інформації (моно-, мультимедійне); можливість зворотного зв'язку (інтерактивність); детермінованість та спосіб функціонування (он-, офлайн); характер пристроїв, на яких можливий перегляд; читабельні формати; ступінь зручності у використанні (т. зв. *web-usability*) тощо. У подальшому ми акцентуємо ознаки другої групи, оскільки відмінності у типологічних моделях друкованої та електронної книги визначаються саме ними.

З урахуванням означених типологічних критеріїв серед аналізованих нами об'єктів пропонуємо розрізняти три типологічні групи видань:

- електронні ігри-книжки;
- електронні книжки мономедійного типу (електронна мономедійна книжка);
- електронні книжки мультимедійного типу (електронна мультимедійна книжка).

Найсуперечливішими щодо ідентифікації видаються цифрові медіа *першої групи*: вони балансують між суто ігровими продуктами (комп'ютерні ігри) та продуктами з гібридними ознаками гри і дитячої книжки. Аби встановити чіткі диференційні межі, пропонуємо іграми-книжками вважати лише ті ігрові медіа, в яких присутній текст (мінімальні текстові елементи, елементарний наратив, озвучений чи графічно втілений), а також ті, що мають виразний навчальний і розвивальний характер (часто вони спрямовані на розвиток мовлення, мови, елементарних математичних знань, логічного мислення тощо). Такі цифрові видання можна вважати аналогом паперової книжки-картинки, книжки-іграшки, що підпадають під категорію т. зв. «перших книжок» малюка. Препозиція у терміні на

* Ця типологія детально описана нами в аналізі друкованої дитячої книги [6].

позначення цього типу цифрових медіа семи «гра» акцентує те, що домінантною в них залишається ігрова природа і для юного реципієнта вони радше об'єкт заваби, ніж читання.

Прикладом продуктів першої групи може слугувати серія розвивально-навчальних ігор-книжок для малюків української творчої групи Ngravokids. У них типовий для подібних продуктів функціонал: послідовний лінійний виклад у формі візуалізованих запитань—відповідей (хто зображений, скільки предметів зображено тощо); елементарні квести (скласти предмет із частинок, підібрати кольори, відповідний одяг, їжу тощо). Такі ігри-книжки доступні дітям віком від 1—1,5 років.

Другу групу — електронні мономедійні книжки — представляють текстові та аудіопродукти для он- та офлайн слухання/читання. Переважна більшість українських аудіо і текстових книжок є оцифрованими версіями текстів художньої літератури — української та світової класики, що входять до шкільного канону, а також текстів фольклорних і літературних казок.

Найбільшою за чисельністю є пропозиція електронних текстових медіа. Часто вони об'єднуються в електронні бібліотеки, безкоштовні чи платні. Прикладом доволі популярної серед українських читачів електронної бібліотеки є Libruk. Бібліотека вміщує твори українських письменників-класиків та сучасних авторів, їхні короткі біографії, а також визнані твори світової літератури. Навігація дозволяє відшукати потрібний текст за різними дескрипторами («автор», «твір», «клас»), в якому, згідно зі шкільною програмою, твір вивчається (остання опція свідчить про головну читацьку аудиторію сайта). Наявність на ресурсі критичного майданчика сприяє обміну думками щодо прочитаного, привертає увагу до того чи іншого твору, персоніфікує читацьку спільноту.

Переважає більшість текстових видань на Libruk збережена у найпопулярніших електронних форматах — fb2, epub, mobi, «дружніх» до багатьох пристроїв. Формати fb2 і epub підтримують майже всі електронні «читалки» (e-рідери), планшети і смартфони. Тексти у форматі mobi були введені до бібліотеки через поширення рідерів Amazon Kindle, що власне й розпізнають цей формат. Деякі тексти (текстові книжки) можна завантажити у форматах pdf або djvu, придатніших для читання за допомогою персонального комп'ютера чи планшета. Розміщені у бібліотеці цифрові книжки доступні й для

читання он-лайн, під час якого можна зробити потрібні закладки, налаштувати зручний формат відображення сторінки. На допомогу користувачам-читачам на сайті створено рубрику, що містить огляд необхідного для читання на персональному комп'ютері програмного забезпечення, і навіть надано можливість безкоштовно його завантажувати. Дизайн сайту доволі скромний, адже основну увагу приділено його функціональності.

Щодо аудіокнижок для дітей та юнацтва, то асортимент продукції українського виробництва — що в кількісному, що в якісному аспектах — доволі скромний*. Це переважно моноголосові аудіокнижки MP3 із записами літературних творів, що вивчаються у межах шкільної програми. Серед видань для дошкільнят переважають записи казок, не лише читані, а й співані. Порівняно з моноголосовими виробництво багатоголосових аудіокнижок (особливо з інсценізаціями літературних творів) є значно витратнішим: воно передбачає написання сценарію, озвучення, запис, мастерування, оформлення та виробництво. Тому, очевидно, за нього беруться не видавці, а фірми, що займаються саундпродакшном. Так, дитячі аудіокнижки час від часу випускає відома в Україні мистецька агенція й студія звукозапису «Наш формат», їх підготовку вона покриває іншими — прибутковими — проектами у сфері шоу-бізнесу, радіореклами тощо. Практикує студія й благодійні проекти. Так, 2012 р. «Наш формат» разом з мобільним оператором «Київстар» озвучив силами 60 волонтерів 22 українські та зарубіжні казки українською та російською мовами. Аудіокнижки спільного виробництва призначалися дітям з інтернатів у всіх регіонах України.

Третю групу електронних видань, адресованих дитячій і підлітковій аудиторії, формують мультимедійні книжки**. Цей сегмент

* З аналізу пропозиції одного з провідних в Україні дистриб'юторів аудіопродукції — audiobooks.ua — випливає, що на них припадає не більше 10%.

** Добірку електронних інтерактивних книжок українського виробництва вміщено, зокрема, на сайті «Казкарки» [10]. І хоч упродовж чотирьох років (відлік починають від «Забавлянок» Г. Малик, випущених 2011 р. Видавництвом Старого Лева) вийшло не більше 20 продуктів, технологія їхнього виготовлення помітно еволюціонувала: поруч із найпростішими з точки зору функціональних інтерактивних можливостей — новочасні мультимедійні продукти, створені з використанням сучасної технології «доповненої реальності» (augmented reality).

видавничого/медійного ринку представлений в Україні переважно додатками у формі інтерактивної електронної книжки*, призначеної для зчитування на різних пристроях (комп'ютерах, ноутбуках, планшетах, смартфонах, е-рідерах), а також на різних платформах (переважно для Android та iPad). Часто, навіть в експертному середовищі, мультимедійне видання називають просто інтерактивним, однак хотілося б наголосити, що інтерактивність електронної книжки не є здобутком цифрової ери. Атрибутика інтерактивності властива й паперовій книжці-іграшці, в електронній вона завдяки новим технологічним можливостям лише вдосконалюється.

Серед наявної на ринку пропозиції можна виокремити: 1) мультимедійні проекти, що виготовлені за технологією оцифрування паперової книги (переведення її у цифровий формат), яка уможливує «оживлення» книжкових ілюстрацій, озвучення тексту, введення різноманітних ігрових компонентів; 2) мультимедійні проекти, створювані одразу в цифровому форматі; 3) мультимедійні проекти комплексного типу, сформовані з паперового і цифрового еквівалентів. Найпопулярнішим об'єктом видання у мультимедійній електронній книжці усіх трьох типів є твори художньої літератури і фольклору для дітей дошкільного і молодшого шкільного віку. Пізнавальних й навчальних мультимедіа значно менше. Своєрідним трендом можна вважати полімовність таких проектів, що значно підвищує ймовірність їхнього виходу на міжнародні ринки та успішної промоції.

Щодо концепції, композиційного, шрифтового та ілюстративного рішення, а також загальної естетики, то аналіз видавничої пропозиції** показує, що українська дитяча електронна книга багато у чому наслідує друковану книгу. Прикметно, що, навіть «освідчуючись в коханні цифри», творці електронних продуктів не полишають мрію створити традиційну паперову: «Чому електронні казки? У цьому шаленому ритмі життя електронні казки стають все більш

* Електронне видання т. зв. недетермінованого типу, коли параметри, зміст і спосіб взаємодії з ним встановлює сам користувач, безпосередньо чи опосередковано, відповідно до його можливостей, рівня підготовки, зацікавлення на основі інформації і за допомогою алгоритмів, визначених видавцем [2; 3].

** На випуску оригінальних власне цифрових (а не оцифрованих) продуктів спеціалізуються е-видавництва KievSeaPirates, Glowberry Books, Gutenbergz.

популярними. Це зручно і корисно. Дитина читає тексти та завдяки анімованим ілюстраціям ще більше занурюється в казковий світ... Також хотілося б видати друковану версію, бо я дуже люблю аромат сторінок і, гадаю, не тільки я», — зізнається А. Добровольська, авторка електронного чотиристовного видання історій для дітей «Люба Жужжа» для Android та iPad (продукт студії Markus Film) [4].

На кількох показових прикладах розглянемо різні форми інтеракції між друкованою та електронною книгою для дітей.

«А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», лідер у сегменті високохудожньої книги, разом із групою TimeCod запустили тримовний додаток для iPad одного зі своїх найпопулярніших видань «Снігова королева». Комерційний успіх електронної версії «Снігової королеви» був забезпечений позитивним іміджем її паперової версії й, звісно, видавця. У виданні зреалізовано чимало інтерактивних блоків: пазли, рухомі елементи, реакція на стукіт по екрану тощо. Можливість побачити зблизька очі Снігової королеви, розтопити монеткою лід на віконному склі, роздмухати полум'я у каміні, розкуйовдити волосся Каю, засвітити вікна собору, почути звук органу, розпорошити сніг, доторкнувшись до екрану; вмонтувати в книгу власне фото — усе це ефективно працює на реалізацію стратегії «зваблювання» юного читача, активізує його увагу.

Прикладом проекту, що не мав паперового аналогу і відповідно створювався одразу як цифровий, є електронне видання української казки «Котигорошок» — додаток на платформі iOS iPad. Це перший проект нового видавництва інтерактивних книжок KievSeaPirates, що також вийшов трьома мовами — українською, російською та англійською. На нашу думку, приклад «Котигорошка» найяскравіше ілюструє вплив традиційної книжкової культури на створений художником-ілюстратором І. Сулимою графічний образ електронної книжки. Не випадково критики називають його «класикою в нових технологіях». За свідченням видавця, гіроскопічні ефекти відчутно посилюють враження від розглядання багаточисельних, із виразним національним колоритом високомистецьких ілюстрацій, однак інтерактивність не була для них самоціллю* [1]. Цінність цього електронного видання власне в його артистичності, а нові можливості

* Критики навіть дорікають творцям «Котигорошка» за «недооцифрованість», зокрема, вказують на недосконалий функціонал [9].

служать лише засобом посилення естетичної насолоди від користування ним. Прикметно, що у планах KievSeaPirates — випустити «Котигорошка» у друкованій версії, тож матимемо приклад зворотного шляху: «з цифри на папір».

Незвичний підхід до використання новітніх цифрових технологій ілюструє спільний проект Видавництва Старого Лева і групи DigitalDealerz. Він представлений друкованим виданням твору сучасної авторки К. Бабкіної «Гарбузовий рік» (художник Ю. Пилипчатіна) і додатком до iPad, що допомагає цю книжку «оживляти». Додаток не є грою чи самодостатнім електронним виданням. Для того, щоб ідея оживлення спрацювала, його потрібно завантажити на смартфон або планшет, навести екран на обкладинку книжки чи ілюстрацію, і тоді зображення перетворюється на коротеньку анімацію з різними інтерактивними елементами: під музичний супровід намальований (статичний) Велосипедик починає рухатися, Песик — вертїти головою, ноти гортаються, Хлопчик дарує Дівчинці ягідки, Трави і Квіти гоїдаються. Урухомлюються лише деякі ілюстрації, тож їх ще потрібно відшукати. Необхідність розв'язати цей квест, на нашу думку, підвищує зацікавлення книжкою та її читанням, а сама ідея поєднання «папери» і «цифри» є цікавим маркетинговим прийомом, який дозволяє видавцеві краще продати саме друковану книжку.

Серед українських проектів є й такі, що за задумом і за втіленням помітно відійшли від традиційної книги і натомість наблизилися до анімаційного фільму. За приклад може слугувати оригінальний проект нехудожнього характеру — науково-пізнавальний додаток для школярів «Гаджетаріум» молодого амбітного українського е-видавництва Gutenbergz. На 54 кольорових сторінках у форматі 3D розповідається про 23 визначальні для історії людства гаджети — від колеса до окулярів з доповненою реальністю від Google. Анімаційна інтерактивна форма, написана спеціально до книги мелодія, розширені довідки про кожний пристрій — усе це, безперечно, допомагає втягнути читача у процес пізнання цікавих історичних фактів. Завдяки інтерактивним блокам кожним описуваним гаджетом можна побавитися, аби зрозуміти, як він працює. Найкращою опцією є можливість міксувати різні гаджети, аби створити власний унікальний винахід.

І ще один приклад взаємодії традиційних і новітніх цифрових медіа — проект, в якому на основі україномовної друкованої книги

для дітей створена англомовна комп'ютерна гра, що успішно ви-йшла на міжнародний ринок. Йдеться про інтерактивний додаток-гру на базі iOS для iPhone та iPad «Antomimes: The Language Monsters» компанії SmartAdventure, створений за мотивами книжки «Антоніми», випущеної Видавництвом Старого Лева. Авторами тексту та ілюстрацій в обох продуктах — книжці та комп'ютерній грі — є творча майстерня «Аграфка» Р. Романишин та А. Лесіва. Розробники підкреслюють, що їхня електронна книга не є звичайною цифровою версією друкованої. У книжці-грі придумані історії монстриків, які візуалізують слова з протилежними значеннями, введено різні засоби спонуки дитини до інтеракції: їй пропонується щось дописувати в тексті, домальовувати ілюстрації тощо. З усього — із загальної концепції проекту, з нетипової для української дитячої книги графіки, яка натомість доволі органічно сполучається зі звуковим рядом, написаним спеціально для гри французьким композитором П. Бастьеном, зрозуміло, що проект від початку був зорієнтований на міжнародний ринок, а для українського видавничого бізнесу це радше виняток, ніж правило.

Наостанок хотілося б зазначити, що попри наявні передумови (сформована школа книжкової графіки, дитячої ілюстрації та анімації, добре розвинута сфера ІТ-технологій) частка електронних інтерактивних книжок українського виробництва залишається незначною. За оцінками самих виробників, те, що вони роблять, є радше культурними або піар-акціями традиційних видавців, аніж бізнесом [1]. Такі проекти є високозатратними, а заробляти на них в умовах жорсткої конкуренції з боку краще розвинутих ринків, на-самперед російськомовної та англомовної продукції, важко. Майже не розвинута сфера промоції дистрибуції цифрових медіа для дітей.

Однак темпи розвитку цього сегмента ринку залежать й від культури споживання подібного продукту. Сьогодні середньостатистичний український споживач не готовий платити гроші за те, що можна завантажити з Інтернету безкоштовно — як піратську версію чи промопропозицію. Такий тип споживчої поведінки позбавляє цю справу комерційного сенсу.

Отже, для оптимізації процесів створення, предметно-матеріального втілення та функціонування у професійній і суспільній комунікаціях новітніх цифрових медіа для дітей та підлітків потрібні не лише науково обґрунтовані і практично вивірені принципи їх

типологізації, важливо також подолати правовий нігілізм, що панує в Україні у сфері захисту інтелектуальної власності.

1. Більшість людей не вміє купувати інтерактивних книжок [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.barabooka.com.ua/bil-shist-lyudej-ne-vmiye-kupuvati-interaktivnih-knizhok>.
2. Вуль В. Електронні видання / В. Вуль. — СПб. : БХВ-Петербург, 2003. — 560 с.
3. ДСТУ 7157:2010. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості / Книжкова палата України. — К. : Держспоживстандарт України, 2010. — 16 с.
4. Інтерактивна філософська книжка для малят [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.barabooka.com.ua/interaktivna-filosofs-ka-knizhka-dlya-malyat>.
5. Кастельс М. Галактика Інтернет: розмышлення об Інтернеті, бізнесі і обществі / М. Кастельс. — Екатеринбург : У-Фактория ; Изд-во Гуман. Ун-та, 2004. — 328 с.
6. Огар Е. Дитяча книга в українському соціумі (досвід перехідної доби) / Е. Огар. — Львів : Світ, 2012. — 320 с.
7. Петяк Ю. Визначення терміна «електронні видання» / Ю. Петяк // Поліграфія і видавнича справа. — 2011. — № 2. — С. 184—187.
8. Погореловська І. Електронні видання: ідентифікаційний аспект / І. Погореловська // Держава та регіони. — 2013. — № 2. — С. 136—141. — (Серія «Соціальні комунікації»).
9. Удуд М. Інтерактивний «Котигорошко»: що нового? [Електронний ресурс] / М. Удуд. — Режим доступу: <http://www.barabooka.com.ua/interaktivnij-kotigoroshko-shho-novogo>.
10. Українські інтерактивні книжки для дітей (2011—2015) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://kazkarka.com/category/dobirky>.
11. Buckingham D. Beyond technology: Children's learning in the age of digital culture / D. Buckingham. — Cambridge : Polity, 2007. — 224 p.

Орест Семотюк

УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКА ВІЙНА
У ПОЛІТИЧНИХ КАРИКАТУРАХ США, ФРН ТА УКРАЇНИ:
ДОСВІД КІЛЬКІСНОГО І ЯКІСНОГО АНАЛІЗУ

*Досліджено висвітлення українсько-російської війни 2014—2015 рр.
у політичній карикатурі США, ФРН та України. Застосовано методи*