

21. Соціологія : словник термінів і понять / упоряд.: Є. А. Біленький, В. М. Дебой, М. А. Козловець та ін. ; за заг. ред. Є. А. Біленького і М. А. Козловця. — К. : Кондор, 2006. — 372 с.
22. Філософський енциклопедичний словник : довід. вид. / НАН України, Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди. — К. : Абрис, 2002. — 742 с.
23. Френдинг [Електронний ресурс] // Записки маркетолога. — Режим доступу: [http://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_f/frending/?sphrase\\_id=156791](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_f/frending/?sphrase_id=156791).

*Олена Ришко*

### АКСІОЛОГІЧНИЙ ВИЯВ ПРОБЛЕМИ ПЛАГІАТУ

*Розглянуто аксіологічний аспект дослідження проблеми плагіату як одного з порушень у сфері авторського права, виходячи з соціально-комунікаційної природи явища та розуміння, що люди стають учасниками масовокомунікаційних процесів передусім для того, аби легітимізувати власні ціннісні орієнтації й парадигми в культурній канві соціуму, до якого належать, зокрема в контексті осмислення, цінності унікального авторського твору на противагу тексту переписаному (наприклад після рерайту як одного з видів плагіату) чи вкраденому (неприхований плагіат).*

**Ключові слова:** *плагіат, соціальнокомунікаційний вимір, авторське право, цінності, унікальний авторський твір, боротьба з плагіатом.*

*Рассмотрен аксиологический аспект исследования проблемы плагиата как одного из нарушений в сфере авторского права, исходя из социальнокоммуникационной природы явления и понимания того, что люди становятся участниками массовокоммуникационных процессов прежде всего для того, чтобы легализировать собственные ценностные ориентации и парадигмы в культурной канве социума, к которому принадлежат, в том числе в контексте осмысления, ценности уникального авторского произведения в противоположность тексту переписанному (например после рерайта как одного из видов плагиата) или украденному (неприкрытый плагиат).*

**Ключевые слова:** *плагиат, социальнокоммуникационное измерение, авторское право, ценности, уникальное авторское сочинение, борьба с плагиатом.*

*An axiological aspect of the study of the plagiarism problem as one of violations in the copyright sphere, reasoning from socio-communicative*

*nature of the phenomenon and comprehension, that people become participants of mass communication processes, first of all, to legitimize their own value orientations and paradigms in a cultural canvas of society, belonging to it, in particular in the context of comprehension of value of unique author's work contrary to the copied text (e.g., after rewrite as one of the types of plagiarism) or stolen (overt/undisguised plagiarism).*

**Key words:** *plagiarism, the socially communicative dimension, copyright, values, unique author's work, struggle with plagiarism.*

Проблема плагіату в медіасфері (як, зрештою, і загалом у суспільстві) має різні вияви, зокрема: *юридичний* — захист (і відповідно покарання за порушення) гарантують Конституція України — ст. 41, 54; Закон України «Про авторське право та суміжні права»; Закон України «Про вищу освіту» — ст. 6, п. 6; ст. 16, п. 1; ст. 19, п. 5; ст. 32, п. 3; ст. 69, п. 6, а також Кодекс України про адміністративні правопорушення — ст. 512; Цивільний кодекс України — ст. 433—456; Кримінальний кодекс України — ст. 176—177; постанови Вищого арбітражного суду України, зокрема № 04—1/5—7/82 від 05.06.2000 р. «Про питання захисту авторських прав в Інтернеті», у якій зазначено, що «розміщення творів у мережі Інтернет у вигляді, доступному для публічного споживання, є їх відтворенням у розумінні ст. 4 Закону України “Про авторське право і суміжні права”» [11], тож відповідно регулюється цим Законом; існують і приклади аналізу авторсько-правового регулювання в нових медіа й Інтернеті (наприклад презентація І. Стойко) [15]; *морально-етичний* — регулюється кодексами професійної етики й міжнародними документами, як-от: Всесвітня Хартія свободи преси ООН, Декларація принципів поведінки журналіста Міжнародної федерації журналістів, резолюція Парламентської асамблеї Ради Європи «Про етичні принципи журналістики»; *аксіологічний* — усі, хто продукує контент у сучасних медіа (а не лише професійні журналісти), мають усвідомлювати власну відповідальність за гармонізацію чи, навпаки, розбалансування аксіологічного виміру медіапростору, що приводить до стабілізації або дестабілізації соціуму, і розуміти цінність унікального авторського твору; *соціальнокомунікаційний* — на нашу думку, плагіат необхідно трактувати як закономірний вислід соціального розвитку, оскільки соціум продукує й уможливорює певні норми комунікаційної діяльності, тобто він має соціальнокомунікаційну природу.

**Метою** нашої статті є спроба проаналізувати аксіологічний вимір проблеми плагіату в контексті осмислення явища в середовищі студентської молоді. Тож тут зупинимося докладніше на опитуванні, що було проведене на базі Інституту міжнародних відносин Національного авіаційного університету (НАУ) четвертокурсниками спеціальності «Журналістика» в межах вивчення дисципліни «Сучасні українські ЗМІ в ціннісному вимірі». Загалом, вивчали ціннісні орієнтації студентської молоді. Одне запитання анкети було присвячене описуваній проблемі і звучало так: «Як ви ставитесь до плагіату? Дайте розгорнену відповідь». Було опитано 103 особи. Відповіді розподілилися так: негативно (64 опитаних) — 62,1%; позитивно (5) — 4,9%; прийнятно (7) — 6,8%; нейтрально (11) — 10,7%; компромісно (16 опитаних) — 15,5%.

Більшість анкетованих, виходячи з власних ціннісних орієнтацій, ставляться до плагіату однозначно негативно. Не всі дали розгорнену відповідь на це запитання, але 45 респондентів (43,7%), із тих, що засвідчили негативне ставлення до явища, називають причиною цього усвідомлення плагіату як крадіжки (чужої інтелектуальної власності, чужого прибутку, чужої слави). Яка відповідно вимагає покарання: «Принаймні так буде справедливо щодо автора, який вкладав у свою роботу час і сили, тоді як хтось нахабно привласнить собі його думки (тут і далі цитуємо анкети зі збереженням стилістики висловлювань. — *О. Р.*)». Зауважимо, що таке розуміння є дуже важливим у контексті боротьби з плагіатом.

Запитання анкети стосувалося ставлення до проблеми плагіату в контексті осмислення цінності унікального авторського твору зокрема й цінностей виховання загалом. Тут варто наголосити, що під час обговорення результатів опитування у студентських навчальних групах неодноразово поставало питання розрізнення тексту, що характеризується стандартним набором ознак, і авторського твору, що становить змістово-ідейну єдність, у контексті осмислення такого різновиду плагіату, як рерайт (докладніше про наше розуміння рерайту див., наприклад, [12; 16]). Однак чимало відповідей містило спроби визначення явища, представлення його своєрідної образної (метафоричної) дефініції. Наприклад: повний плагіат як неспроможність «створити щось своє», «викрадення чужої думки і досягнення», «крадіжка», «ганьба», «плагіату немає виправдання, і

присвоювати написаний кимось текст — це ніби зізнатись у власній нікчемності», «плагіат — це жалюгідна пародія, що була написана з авторського твору; на плагіат здатна людина, яка не має власної думки», «так освіта і наука деградують». Тобто в основі цих визначень лежить усвідомлення деструктивності явища та моральний осуд.

Частина респондентів (10 опитаних — 9,7%) при виразно негативному ставленні до прямих текстових запозичень означають своє ставлення до плагіату рядком із поезії Л. Костенко: «Усі слова були уже чиймись...»; або: «Все сказане до нас». Тобто йдеться про плагіат у контексті філософії постмодернізму — переосмислення чужих ідей, образів (інтертекстуальність, ремінісценції) і на цій основі створення власних текстів. Згадаймо як приклад означення Ю. Коваліва: «У постмодернізмі, де панує практика цитатної літератури та інтертексту, плагіат є поширеним явищем» [8, с. 220].

Ще в частини респондентів (11 осіб — 10,7%) спостерігаємо нерозрізнення плагіату й аналізу літератури з визначеної теми (відсутність розуміння, що «вивчення літератури здійснюється не для запозичення матеріалу, а для обдумування знайденої інформації і вироблення власної концепції» [17, с. 175]): «Плагіат — це невід’ємна частина дослідницької роботи». До речі, не лише студенти, а й аспіранти часто демонструють невміння працювати з літературою з теми, забуваючи, що систематизувати її необхідно відповідно до завдань, поставлених у роботі, а не за авторами. Тому часто такі «огляди» становлять мозаїки компіляцій, а не вдумливі аналізи в контексті заявленої проблеми для вироблення (відшліфування) власних поглядів та ідей.

Позитивно до плагіату ставляться лише 4,9 % респондентів. Тлумачення власного ставлення варіюються від індиферентного: «Хай буде!» — до ціннісно-перверсивного: «Якщо чийсь творчість крадуть, то ця творчість має цінність; не крадуть того, що й так нікому не потрібне».

Сім опитаних осіб (6,8%) виявляють прийнятність плагіату. Причому причини прийнятності називають дві: 1) через «неминучість» явища і «неможливість викоринити» його; 2) через детермінованість системою освіти: «Якщо раніше хотіли з ВНЗ випустити “творця”, то тепер випускають “споживача”. Головне — це продукт»; «На реферати з непотрібних дисциплін “а-ля аби забити години” із задоволенням роблю ctrl+v s ctrl+c і навпаки!».

Ще одинадцять респондентів (10,7%) засвідчують нейтральне ставлення — їх ця проблема хвилює мало. Або ж на тлі загалом нейтрального ставлення виявляється викривлене розуміння «справедливості»: «Для мене плагіат, скажімо, відомого автора чи науковця без посилання на нього у своїй роботі більше прийнятний, аніж копіювання у своїх одногрупників чи інформації з Інтернету, над якою хтось (без наукового ступеня, визнання) працював».

Значний відсоток опитаних (15,5%) ідуть на компроміс. Вони прихильники компіляцій і такого собі «дрібного» плагіату, «для домашнього вжитку» (щоби викладач відстав): можна сплагіатити реферат «із нецікавого предмету», а ось торгувати чужим інтелектуальним продуктом — це вже погано: так ніби справді вірять, що основами для численних «безіменних» рефератів не є плоди чистієї інтелектуальної праці. Тобто виявляється дивовижна вибірковість у розумінні крадіжки. Аж до одкровенень на кшталт: «При виконанні курсової роботи — на 100 % позитивно. Якщо плагіатять мої доробки — різко негативно».

Варто взяти до уваги ще один важливий аспект розуміння проблеми означуваного явища: усвідомлення плагіату як крадіжки та відповідно негативне до нього ставлення («Плагіат — це звісно погано, дуже погано, некоректно, нерозумно, стидно з професійної точки зору. Але що ж робити бідним студентам, не всім же бути науковцями і професорами, а реферати, дипломні і курсові здавати потрібно. Але є одне але... Чистий плагіат — це нахабство, потрібно мати хоть крапельку совісті»), але при цьому небажання відмовитися вдаватися до плагіату, оскільки «він робить життя легким». І в цій ситуації не обійтися самою лише рекомендацією перечитати «Нестерпну легкість буття» М. Кундери або «Суспільство споживання» Ж. Бодрійяра. Потрібна система коригувальних і запобіжних дій, спрямованих на формування нових ціннісних парадигм й утвердження їх у молодіжному середовищі. Саме тут і виникають додаткові труднощі. Якщо проблема подолання плагіату в академічному середовищі обговорюється вже досить активно, наприклад, І. Литвинчук запропонував дорожню карту — «стратегію комплексного вирішення проблеми академічного плагіату в Україні та покроковий план її реалізації» [7]; А. Бойко запропонувала «порекомендувати тим, хто має ступені доктора або кандидата наук, самим

визначити свою долю (йдеться про плагіат у дисертаціях. — *O. P.*); або ж «створити “антиплагіатні” комісії із різних галузей науки, безкомпромісно виявляти плагіат, вилучати дипломи, звільняти з роботи» [2], то боротьба з плагіатом у студентському середовищі тільки починається.

Вартісним, на наш погляд, у цьому плані є досвід НАУ. Так, із 2010 р. відповідно до наказу ректора в університеті діє система перевірки на плагіат студентських дипломних робіт і проектів, розроблена фахівцями вишу. Необхідно зазначити, що впродовж 2005—2006 рр. тривала дискусія щодо запровадження цієї системи в усіх ВНЗ України та ВАКУ (докладніше і про систему, і про згадану дискусію див., наприклад, [1, 3, 4, 6, 10, 13, 14, 16, 18]), чого так і не відбулось, але нині вона діє, зокрема, в Київському національному університеті ім. Т. Шевченка, Київському національному університеті культури і мистецтв, Харківському національному економічному університеті, Херсонському державному університеті, Академії управління при Президентові України.

Заходів уживають і на рівні кафедр. Так, кафедра журналістики НАУ підготувала подання щодо запровадження в навчальний план дисципліни «Організація та методика наукових досліджень» для студентів-першокурсників (у другому семестрі), оскільки вже з другого курсу вони починають писати курсові роботи. Цей крок є виваженим і логічним. Оскільки, як можна пересвідчитись із нашого опитування, багато студентів не розрізняють плагіат і аналіз наукової літератури з теми дослідження або й узагалі не розуміють природи явища, тому в анкетах трапляються репліки на кшталт: ставлюсь до плагіату нейтрально, бо: 1) «іноді плагіат допомагає нам дізнатись щось нове, але головне, щоб було вказано автора»; 2) «не виключена ймовірність використати наявну інформацію в якості прикладу, статистики, наведення дійсних фактів» (в обох випадках явно йдеться про цитування із зазначенням покликань); 3) «для навчання — можливо вивчити щось нове, для створення нової ідеї — не має сенсу» тощо. Для четвертокурсників уже запроваджено дисципліну «Сучасні українські ЗМІ в ціннісному вимірі», у межах якої студенти вивчають аксіологічні аспекти дослідження плагіату як соціальнокомунікаційного явища (йдеться, зокрема, про цінність унікального твору й тенденції нових медіа: рерайтинг,

репостинг, копіастинг), особливості його рецепції; ставлення до привласнення чужих творів соціуму загалом і журналістської спільноти зокрема — на рівні науково-педагогічному, професійному, освітянському (підготовка фахівців галузі); світовий досвід рецепції плагіату та боротьби з ним; особливості рецепції плагіату в контексті культури постмодернізму; найрезонансніші справи, пов'язані з плагіатом. Магістри ж вивчатимуть «Медіакритику». Окрім того, очевидно, варто відмовитися від системи рефератів (у тому вигляді, як це є тепер) скрізь, де можливо. Запровадити натомість підготовку наукових есе, у меншій кількості та з можливістю набрати більше балів за цей вид роботи.

*Висновки.* Отже, у студентів, безсумнівно, є розуміння того, що плагіат — це крадіжка, злочин, за який передбачено різні види покарання на підставі чинного законодавства і який тягне за собою моральний осуд, ганьбу, з одного боку. Проте, з іншого боку, значний відсоток опитаних (категорії «прийнятно», «позитивно», «нейтрально» і «компромісно» — 37,9%) виявляє тривожну вибірковість і градацію в інтерпретуванні цієї крадіжки. Тобто потрібно шукати дієві інструменти в боротьбі з плагіатом, насамперед на рівні зміни підходів у навчанні й викладанні. Адже, тільки формуючи усвідомлення, що вчинення плагіату є злочином, можна отримати шанс на ефективну боротьбу з ним: правова оцінка явища (не забуваймо, що й саме право ґрунтується на системі цінностей) має посилюватись оцінкою морально-етичною. Тож цілеспрямована державна політика у сфері подолання плагіату на всіх рівнях має поєднуватись із юридичною грамотністю населення та його ціннісними парадигмами. І тут укотре виявляється аксіологічна складова окресленої проблеми. Адже, як слушно зазначає М. Май: «Проблема не у бракові цінностей. Проблема в їх здійсненні у суспільстві, якому притаманні плюралізм, стирання меж та індивідуалізм» [9, с. 273]. Цінності в усіх різні. Зазвичай і окрема людина, і певна група чи колектив, і суспільство загалом стають учасниками масовокомунікаційних процесів — добровільно чи з примусу — передусім для того, аби легітимізувати власні ціннісні орієнтації й парадигми в культурній канві соціуму, до якого належать, тобто, як наголошує соціолог і багаторічний дослідник ЗМІ Н. Костенко, «переконатись у певній адекватності та правильності власних смисложиттєвих орієнтирів,

порівнюючи їх з цінностями суспільства і культури» [5, с. 3]. Однак, знову ж таки, цінності в усіх різні. Тому таким важливим є існування інституту права, який через систему покарань надає цінностям ваги, детермінуючи певну їх обов'язковість.

1. *Аверченко Д.* Комп'ютер сказав: «Плагіат» / Дар'я Аверченко // Дзеркало тижня. — 2005. — 18 черв. — С. 15.
2. *Бойко А. А.* Як запобігти «професійному самогубству»? / Алла Бойко // Освіта України. — 2014. — 18 серп. — С. 8.
3. Бюлетень ВАК України. — 2006. — № 6. — С. 3.
4. *Гадзинская И.* Вакцина от плагиата / Инна Гадзинская // Газета по-киевски. — 2005. — 22 окт. — С. 4.
5. *Костенко Н. В.* Ценности и символы в массовой коммуникации / Н. В. Костенко. — К. : Наукова думка, 1993. — 130 с.
6. *Кошиль А.* Плагиат не пройдет / Анастасия Кошиль // Сегодня. — 2008. — 11 июня. — С. 6.
7. *Литвинчук І. Л.* Дорожня карта вирішення проблеми академічного плагіату [Електронний ресурс] / І. Л. Литвинчук // Ефективна економіка. — 2014. — № 8. — С. 1. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3229>.
8. Літературознавча Енциклопедія : у 2 т. — К. : ВЦ «Академія», 2007. — Т. 2 / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. — 624 с.
9. *Май М.* Медіа-політика в інформаційному суспільстві / Манфред Май ; пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник. — К. : Академія Української Преси ; Центр Вільної Преси, 2011. — 286 с.
10. Плагіатори, начуйтеся! (інтерв'ю вів Валентин Бушанський) // Віче. — 2006. — № 15/16. — С. 18—19.
11. Постанова Вищого арбітражного суду України «Про питання захисту авторських прав в Інтернеті» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v7\\_82800—00](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v7_82800—00).
12. *Рижко О. М.* Роль мовностилістичних засобів у процесі ререйтингу / О. М. Рижко // Мова. Суспільство. Журналістика / Language. Society. Journalism : XXI Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 3 квітня 2015 р. : зб. матеріалів. — К. : Видавець Паливода А. В., 2015. — С. 64—68.
13. *Салей К.* Плагіат не пройде? / Катерина Салей // Хрещатик. — 2005. — 17 листоп. — С. 14.
14. *Сметанская О.* В Украине разработана уникальная программа, позволяющая обнаружить плагиат в дипломных работах, кандидатских и докторских диссертациях [Електронний ресурс] / Ольга Сметанская // Факты. — 2005. — 26 окт. — Режим доступу: <http://fakty.ua/52647-v>



ukraine-razrobotana-unikalnaya-programma-pozvolyayucshaya-obnaruzhit-plagiat-v-diplomnyh-rabotah-kandidatskih-i-doktorskih-dissertaciyah.

15. *Стойко І.* Нові медіа та тенденції розвитку системи авторського права та суміжних прав в Україні та у світі [Електронний ресурс] / Ірина Стойко. — Режим доступу: [http://uba.ua/documents/text/Stoyko\\_Iryna.pdf](http://uba.ua/documents/text/Stoyko_Iryna.pdf).
16. *Супрычева Е.* Списал диплом? На защите ждет облом / Евгения Супрычева // Комсомольская правда в Украине. — 2005. — 17 нояб. — С. 18.
17. *Шейко В. М.* Організація та методика науково-дослідної діяльності : підручник / В. М. Шейко, Н. М. Кушнаренко. — 4-те вид., випр. і доповн. — К. : Знання, 2004. — 307 с.
18. *Шулкін Д.* Штучний інтелект проти «винахідників» / Дмитро Шулкін // Освіта України. — 2014. — 18 серп. — С. 9.

*Адам Лозинський*

## БРЕНД АВТОРА В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

*Теоретично обґрунтовано проблему бренду автора в контексті епохи новітніх соціально-комунікаційних технологій. Охарактеризовано роль брендовості для просування творчості автора в сучасних умовах. Визначено головні атрибути автора як літературного й особистого бренду. Описано можливості, які відкриваються перед ним у цифрову епоху, зокрема використання мережових спільнот, блогів, соціальних мереж. Показано способи реалізації брендів деяких авторів в Україні та за кордоном.*

**Ключові слова:** атрибути бренду, блог, бренд автора, брендинг, літературний бренд, особистий бренд, соціальна мережа.

*Теоретически обосновано проблему бренда автора в контексте эпохи новейших социально-коммуникационных технологий. Охарактеризовано роль брендовости для продвижения творчества автора в современных условиях. Определено главные атрибуты автора как литературного и личного бренда. Описаны возможности, которые открываются перед ним в цифровую эпоху, в частности использование сетевых сообществ, блогов, социальных сетей. Показаны способы реализации брендов некоторых авторов в Украине и за рубежом.*

**Ключевые слова:** атрибуты бренда, блог, бренд автора, брендинг, литературный бренд, личный бренд, социальная сеть.

*The problem of author's brand in the context of the epoch of new socio-communicative technologies has been theoretically justified. The role of*