

ПРОБЛЕМИ КОМП'ЮТЕРНОЇ ГУМАНІТАРИСТИКИ



Павло ДАВИДОВ

© 2009

НАВЧАННЯ ЯК МИСТЕЦЬКИЙ ПРОЦЕС: ФІЛОСОФІЯ ДИСТАНЦІЙНОЇ ТА МЕДІЙНОЇ ОСВІТИ

АНОТАЦІЯ

У статті розглядаються питання навчання як мистецтва оволодіння знаннями. Досліджуються питання формування креативної особистості під час навчання у вузі. Розглядаються завдання і принципи дистанційної освіти, та його креативний характер. Аналізується роль медійної освіти, як процесу розвитку й саморозвитку особистості.

Ключові слова: освіта, інформація, інформаційне суспільство, інтернет, дистанційне навчання, креативність, медіаосвіта.

Актуальність дослідження. У добу глобалізації, як ніколи, стає зрозумілим, що освіта є не приватною справою, не результатом особистих уподобань, а соціальною технологією виробництва людини, її здібностей та вмінь. Тому в складних умовах входження України до європейського співтовариства суттєво зростає роль людини творчої та високоінтелектуальної як основи національного розвитку. Істотною рисою нової економіки є здобуття і використання нових знань. Сьогодні знання, та взагалі освіта, виступає у якості «товару». Як свідчить світова практика, інвестиції в людський капітал у економічно розвинених країнах забезпечує до 75% приросту національного багатства [4, 29].

Зараз у системі рушійних сил розвитку суспільства в цілому найважливішою стає ланка «інформація – інтелект – нація – інноваційне суспільство» [8]. Тобто, в таких умовах найважливішим у формуванні висококваліфікованого кадрового потенціалу стає якраз інтелектуальна складова.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з науковими та практичними завданнями. Сьогодні відбувається вироблення й утвердження нової системи цінностей у контексті загальної модернізації системи освіти, що призводить до потреби органічного поєднання в загальноосвітньому процесі національного та загальнолюдського начал. Опрацювання парадигми нової ідеології вищої освіти та її формування на основі вітчизняного та зарубіжного досвіду розвитку науки, культури, освіти і виховання.

Слід відзначити, що сьогоденні тенденції в педагогічній науці й практиці носять прагматичний характер, проте, ще практика радянської освіти показала необхідність звернення до особистого досвіду людини. Тому перед освітою постало завдання виховання креативної особистості, здатної до саморозвитку, самостійної професійної діяльності, до безперервної освіти, тобто спроможної повноцінно реалізувати себе на всіх етапах свого життя

Суспільству потрібні висококваліфіковані професійно компетентні, креативно мислячі, а отже, – здатні приймати правильні рішення, спеціалісти, і сприяти цьому може медіаосвіта, яка спонукає до пошуку нових організаційно-методичних засобів і технологій підвищення якості підготовки спеціалістів з урахуванням інтеграційних та трансформаційних процесів не тільки в освіті, а й у суспільстві.

Загальний стан дослідження проблеми. Науковий пошук шляхів розв'язання цієї проблеми стає невіддільним від теоретичних та прикладних досліджень в руслі тенденцій постіндустріального розвитку, економіки знань, які змінюють парадигму освіти. Так роль вищої освіти у XXI ст., місії сучасної університетської освіти розглядаються в працях теоретиків постіндустріального суспільства Д. Белла, М. Гайдеггера, П. Друкера, В. Іноземцева, М. Кастельса,

Х. Ортега-і-Гассета, М. Пюргера, Е. Топфлера, К. Ясперса інш.; різні аспекти висвітлені в роботах фундаторів теорії людського капіталу Т. Шульца., Г. Беккера, М. Блауга, питання побудови інноваційної моделі розвитку С. Вовканича, А. Гальчинського, В. Гейця, М. Долішнього, С. Злупка, О. Лапка, А. Чухна, В. Семиноженка, Б. Каліцького, С. Цапка інш.; розвиток вищої освіти в працях В. Андрущенко, І. Дідика, О. Грішної, Б. Данилишина, М. Долішнього, М. Дробнохода, М. Згуровського, С. Злупка, І. Каленюка, Р. Кігеля, П. Кононенка, К. Корсака, О. Кратта, В. Кременя, В. Куценко, М. Ніколаєнка, В. Новікової, Т. Оболенської, А. Погрібного, Л. Семів, О. Сидоренка інш.

Загальний стан розвитку проблеми. Нажаль питання напрацювання філософії медійної та дистанційної освіти на сьогодні залишилися ще недостатньо опрацьованими. Безумовно слід вказати дослідження вітчизняних філософів В. Андрущенко, М. Бойченка, М. Лукашевича, М. Михальченка, З. Самчука та ін.[1; 5 та ін.], психолого-педагогічні напрацювання В. Мазур – у сфері дистанційної освіти [10], Г Онковіч – у сфері медійної освіти [12]. Окремі аспекти розглядалися нами у попередніх публікаціях [6; 7; 11]

Постановка мети дослідження. *Метою роботи* є узагальнення набутого досвіду та напрацювань у сфері формування нової парадигми освітньої діяльності у вищій школі.

Для реалізації даної мети необхідно розв'язати наступні *завдання*:

1. Проаналізувати причини та умови трансформації вищої освіти у процесі вироблення й утвердження нової системи цінностей у контексті загальної модернізації системи освіти.
2. Дослідити проблему мистецтва формування креативного фахівця у навчанні, як педагогічній та виховній діяльності вузу, так і самовиховання особистості.
3. З'ясувати вплив інформаційного суспільства, дистанційної освіти, медіаосвіти у формуванні креативних якостей особистості.

Виклад основних положень дослідження. Підґрунтям інтелектуального потенціалу кожного суспільства становить потенціал освітній, як найузагальнений показник реальних можливостей розвитку, які надаються йому саме освітою. Тобто сучасні світові тенденції вимагають повноправного входження освіти в систему ринкових відносин, коли освітні заклади обслуговують фактично потреби двох ринків:

- 1) ринку освіти, де освітні послуги реалізуються шляхом споживання їх учнями шкіл, студентами, дорослим населенням (концепція безперервної освіти – самовдосконалення: підвищення кваліфікації, або перекваліфікація фахівця);
- 2) ринку праці, де споживачами освітньо-наукової продукції виступають підприємства і організації різних форм власності.

Окремим елементом формування майбутніх фахівців, який пронизує усю систему освіти (дошкільна – загальноосвітні заклади – професійні та вищі навчальні заклади – самовдосконалення), є самоосвіта.

Проте сьогодні українська освітня система не відповідає вимогам міжнародних стандартів. Як влучно висловився Б.Будзан «тривала криза в українському суспільстві є відображенням сучасного стану українського суспільства як антипода суспільства знань («безголове суспільство» [3, 27]. Справа не в тому, що за кількістю вишів Україна займає І місце в світі (понад 900 та й це без філій, та й за кількістю студентів ми відповідаємо високорозвиненим країнам), а у тому законі діалектики: перехід кількості... у якість. Адже 75% випускників загальноосвітніх шкіл вступають до вищих навчальних закладів, в той час, як світова практика свідчить, що здолати вищу освіту може не більше 25% випускників.

Традиційна освіта, а тим більше вища професійна, до цих пір залишається фактологічною, вона є передачею студентам певних основ предметних знань, умінь і украй рідко, навичок, а також здійснює контроль за їх засвоєнням. Проте практично не формує креативних якостей особистості майбутнього фахівця.

Саме прискорення темпу інформаційних процесів, збільшення рівня новизни і різноманіття в діяльності суспільства привели до кризи традиційної системи освіти. Традиційна освіта не справляється зі своїми завданнями – давати якісні знання, формувати відповідний світогляд, давати серйозну професійну підготовку. Особливо зважаючи на проблему старіння знань (за рік застаріває близько 5% професійних знань). У таких умовах традиційний спосіб навчання є малоприматним.

Тому потрібна не стільки зміна традиційних методів і освітніх підходів, скільки побудова нової ідеології освітніх процесів і впровадження принципово нових освітніх технологій. Тобто сучасні ринкові відносини вимагають застосування інноваційного типу навчання, а також

розвитку концепції безперервної освіти. Адже з появою інформаційно-технологічних комунікацій людина виходить у величезний зовнішній світ, насичений інформацією. У людей, що мають доступ до глобальної мережі, неминуче відбувається зміна традиційних форм і видів діяльності. Інтернет надає їм можливість доступу до світових цінностей, реалізації своїх творчих можливостей, дистанційного навчання і роботи в найбільш відповідних ним організаціях. Очевидно, що розвиток інформаційних технологій – локальних і глобальних електронних мереж, мультимедійних засобів навчання, стрімка побутова комп'ютеризація призводять до необхідності істотної зміни як форм, так і змісту вітчизняної освіти.

Ми погоджуємося з В. Мазур в тому, що дистанційна освіта, поза сумнівом, має свої переваги перед традиційними формами навчання. Адже вона дозволяє вирішувати психологічні проблеми користувача, знімає тимчасові і просторові обмеження, проблеми віддаленості від провідних навчальних закладів, допомагає вчитися людям з фізичними вадами, особам які мають індивідуальні риси і неординарні особливості, розширює комунікативну сферу учнів і педагогів [10, 328].

Сьогодні в Україні питаннями дистанційної освіти займаються провідні вузи, при яких створюються дистанційні центри. Цілі їх пов'язані із забезпеченням доступу студентів до методичних розробок, курсів, програм і педагогічною підтримкою засвоєння запропонованого матеріалу.

Дистанційна форма навчання передбачає посилення активної ролі особи що навчається у якості власної освіти; у постановці освітніх цілей, виборі домінантних напрямів діяльності, форм і темпів навчання у різних освітніх областях. Збільшення евристичної складової учбового процесу можливе за рахунок застосування і розвитку інтерактивних форм занять, мультимедійних навчальних програм, можливості змагання з великою кількістю однолітків, розташованих в різних містах і країнах за допомогою участі в дистанційних проектах, конкурсах, олімпіадах. Додаткову мотивацію забезпечує можливість демонстрації продуктів своєї творчої діяльності для всіх бажаючих на Web-сайті. Це, в свою чергу, значно підвищує ефективність засобів самоосвіти студентів, особливо в світлі популярності дистанційної освіти.

Дистанційна освіта стала сьогодні реальним елементом розвитку послуг освітньої сфери. Проте, як нова педагогічна технологія, вона все ж таки підкоряється основним законам педагогіки, хоча трансформує їх відповідно до нових умов навчання і вимагає переосмислення в рамках освітніх установ.

Традиційні дидактичні принципи освіти виступають підґрунтям для дистанційної форми навчання, вони трансформуються в дидактичні принципи дистанційної освіти, таким чином, що доповнюються [10, 328] новими умовами і критеріями нового учбового середовища.

Проте, як зазначає професор Г. Онкович забезпечити інтеграцію, накопичення і підтримку, а також організацію доступу до знань дистанційного освітнього середовища може забезпечити створення і використання інтегрованого простору знань (ІПЗ) [12]. Саме завдяки ІПЗ можна:

- об'єднати різні джерела інформації з різних дисциплін, спеціальностей і учасників освітнього процесу (викладачам і учням) в рамках єдиної системи;
- забезпечити постійний розвиток системи за рахунок оновлення теоретичного знання і безперервного накопичення нового досвіду, набутого викладачами і учнями в ході навчального процесу;
- надавати інформацію, релевантну завданню, що вирішується, кожному з учасників освітнього процесу відповідно до його знань, переваг і потреб [13].

На думку Г. Онковича: «створити інтегрований простір знань й ефективного його використовувати без допомоги медіаосвіти неможливо. Адже медіа – це канали й засоби комунікації, якими опосередковуються й підсилюються (іноді блокуються) соціальні процеси, включаючи процес виробництва, трансляції й поширення знань, це – засоби масової інформації (ЗМІ), або засоби масової комунікації (ЗМК)».[12, 356]

Сьогодні Медіа поділяють на „старі”, традиційні (преса, радіо, кіно, телебачення) й „нові”. Ті засоби масової комунікації, котрі сьогодні прийнято називати „новими”, почали заявляти про себе в 1970-і роки. Г. Бакулев зазначає, що основні риси, котрі вирізняють „нові медіа” від „старих”: децентралізація, висока пропускна спроможність, інтерактивність, гнучкість форми, змісту й використання інформації [2, с.3]. „Коли нові мас-медіа дійсно утвердяться як системи комунікацій, перед традиційними постануть проблеми адаптації. Досвід розвитку преси, кіно, радіо і телебачення засвідчує, що як тільки „нові” засоби масової комунікації стануть „старими”, їх

виживання залежить від здатності знаходити нові способи надання послуг, котрі сплачує публіка або фінансує уряд..." , можна очікувати, що набудуть поширення такі медіасистеми, з якими в індивідуумів складуться міцні стосунки залежності, що дозволить не тільки дізнаватися про те, що відбувається у світі, але, що важливіше, розуміти, що воно для них означає" [2, с.7-8], Саме медіаосвітні технології є наповнювачами й засобами споживання інтегрованого простору знань (ІПЗ) упродовж усього життя людини. Нині суттєво впливають на формування нового змісту освіти, на організаційні форми і методи навчання комп'ютерні комунікації, й ми не дивуємося з того, що сучасні телекомунікаційні пошукові системи дають можливість автоматично збирати, класифікувати й структурувати інформацію з кількох сотень і навіть тисяч віддалених комп'ютерів водночас. У процесі інформатизації суспільства змінюється спосіб життя соціуму, й кожен із напрямів потребує відповідних педагогічних технологій.

Створення і використання інтегрованого простору знань (ІПЗ) нерозривно пов'язане з розвитком і використанням нових інформаційних технологій, що набуває особливого значення в професійній підготовці студентів, у підвищенні кваліфікації фахівців, самоосвіті.

Г. Ониковича зазначає, що не слід вважати інформаційні технології – приналежним тільки світові техніки. Адже вони настільки глибоко просякли в життя людей, що вичленувати їх із загального світоглядного й культурологічного контексту вже не можливо, їхній вплив на особистість – чи не головна визначальна риса інформаційного суспільства, у якому інформація й знання – основний продукт виробництва. Комп'ютерні комунікації вже нині суттєво впливають на формування нового змісту освіти, на організаційні форми і методи навчання. Поняття „інформаційно-комунікаційні технології" у цьому контексті має відтворювати технології використання „старих", традиційних медіа. У разі, коли йдеться про залучення до навчального процесу „нових" медіа, доцільно послуговуватися поняттям „інноваційно-комунікаційні технології". У будь-якому разі медіазасоби ми використовуємо для комунікації, тож і акцентуємо на складову у понятті „комунікаційні", оскільки передбачаємо активізацію і застосування в галузі освіти ЗМК. Безперечно, усі розмірковування враховують щонайперше інтереси фахівців з комунікацій, оскільки для них визначальне – спілкування в соціумі, взаємодія між членами різних утворень і форм спільності людей. Спеціалісти ж з комп'ютерних комунікацій акцентуватимуть увагу на іншому. В будь-якому разі йдеться тут про інтернетдидактику як складову медіа дидактики [12, 357].

Взагалі, за визначенням ЮНЕСКО, медіаосвіта (media education) зв'язана з усіма видами медіа (друкованими й графічними, звуковими, екранними й т. ін.) й різними технологіями; вона дає можливість людям зрозуміти, як масова комунікація використовується в їх соціумах, оволодіти здатностями використання медіа в комунікації з іншими людьми; забезпечує людині знання того, як: 1) аналізувати, критично усвідомлювати й створювати медіатексти; 2) визначати джерела медіатекстів, їх політичні, соціальні, комерційні й/або культурні інтереси, їхній контекст; 3) інтерпретувати медіатексти й цінності, що ширяться медіа; 4) відбирати відповідні медіа для створення й поширення своїх власних медіатекстів і знаходження зацікавленої в них аудиторії; 5) одержати можливість вільного доступу до медіа, як для сприйняття, так і для продукції. Медіаосвіта є частиною основних прав кожного громадянина будь-якої країни світу на вільне самовираження й права на інформацію і є інструментом підтримки демократії [12].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Оскільки медіаосвіта рекомендується до впровадження в національні навчальні плани всіх держав, у систему додаткової, неформальної освіти й освіти впродовж усього життя людини, доцільно, щоб педагогічний загал України взяв участь у розроблянні цього напрямку. Тим паче, що певні напрацювання в українських педагогів є. Варто їх узагальнити, осучаснити й спрямувати у світове русло. Адже медіаосвіта послуговується різними комунікативними мережами й спроможна задовольнити інтелектуальні потреби креативної особистості, здатної оволодіти будь-яким фахом.

Проте слід пам'ятати й про те, що, традиційно, люди з вищою освітою вважаються елітою у суспільстві, яка і є своєрідним «рушієм», справжнім «локомотивом» розвитку суспільства та «індикатором» процесів, які у ньому відбуваються. Проте тут слід пам'ятати, що людина із загальним низьким рівнем культури, викривленою системою цінностей, духовною «нерозвиненістю» і з відсутністю національної самоідентифікації – шевченківський «перекотиполе», навіть якщо і має диплом про вищу освіту та великий запас професійних знань, не зможе позитивно впливати на розвиток суспільства. Тут ще треба зазначити, що, нажаль, й

сьогодні доводиться констатувати, що вища школа у своїй більшості залишається зросищеною (це стосується і недійного простору освіти). Тому цілком природно виникає питання: Чи буде ця еліта національно свідомою? Чи буде прагнути вона працювати на розбудову української державності? Другим важливим недоліком дистанційної освіти є відсутність безпосереднього психолого-педагогічного та виховного контакту викладача й студента.

Безумовно, трансформації в освітній сфері будуть відбивати й ті зрушення які мають місце у сфері соціальної, тому дуже необхідним є розробка державного стандарту дистанційної та недійної освіти, який би ґрунтувався на національній освітній доктрині, враховуючи передові світові надбання і спираючись на загальнолюдські цінності. А для цього треба виховати не тільки студента, як потенційного «замовника» освітніх послуг, а й виховати новий тип педагогічних працівників обізнаних і компетентних у методиці та дидактиці дистанційної та недійної освіти. Тобто розробити нову філософію освітньої діяльності, яка відповідала б потребам сьогодення та й враховувала й основні тенденції подальшого розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрущенко В.П. Ціннісний дискурс в освіті // Вища освіта України, 2008. – № 1 (28). – С. 5-18.
2. Бакулев Г.П. Новые медиа: теория и практика. – Москва: Изд-во КЛІМ, 2008. – 137 с.
3. Будзан Б. Менеджмент в Україні: Сучасність і перспективи. –К.: Вид-во Соломії Павличко «Онові», 2001. –349с.
4. Вовоканич С., Цапок С. Демографічний чинник у системі розбудови інноваційного суспільства: загальноукраїнський та регіональний виміри // Регіональна економіка. –2004. – № 1. –С. 24-34.
5. Возчиков В.А. Философия образования и медиакультура информационного общества: Автореф. дис. ... докт. филос. наук. –СПб, 2007.
6. Давидов П.Г. Трансформація філософії вищої освіти шляхом лібералізації та індивідуалізації освіти // Вища освіта України –Додаток 3, том 1. (8) – 2008 р. Тематичний випуск «Вища освіта України в контексті інтеграції до європейського освітнього простору». –С. 78-83.
7. Давидов П.Г. Наукова творчість студента як шлях індивідуалізації освіти // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: Педагогіка, психологія і соціологія. – Донецьк ДВНЗ «ДонНТУ». 2009. –С. 76-80.
8. Каленюк І. До питання про освітній потенціал України // Економіка України. – 2001. –№1.
9. Кириллова Н.Б. Медиакультура как интегратор среды социальной модернизации: Автореф. дис. ... докт. культурологии. – М., 2005.
10. Мазур В.М. Креативність в дистанційній освіті // Креативність і творчість. – Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – Серія «Соціологія, Психологія, Педагогіка.» – Тематичний випуск № 1. – К.: Гносис, 2009. –С. 326-330.
11. Мармуров В.В., Давидов П.Г. Національні ідеї та традиції в освітній політиці вищої школи в Україні // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: Педагогіка, психологія і соціологія. – Донецьк ДВНЗ «ДонНТУ». 2008. –С. 52-56.
12. Онкович Г.В. Креативність і медіа освіта // Креативність і творчість. – Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – Серія «Соціологія, Психологія, Педагогіка.» – Тематичний випуск № 1. – К.: Гносис, 2009.–С. 354-357.
13. Федоров А.В., Новикова А.А. Электронная научная библиотека „Медиаобразование“: начало пути // Медиаобразование, 2008. – № 4. –С. 14-22.

SUMMARY

This article deals with the problems of studies as the art of mastering leno ledge. The problems of forming creative personality during studying in higher educational establishment are examined. This article considers the tastes and principles of remote education and its creative character. On this article it is analyzed the role of media education as the process of development and independent development of personality.

Key words: education, information, informative society, internet, remote studies, creativity, media education.

РОЗРАХУНОК ІНТЕРАКТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІНТЕРНЕТ-ПУБЛІКАЦІЙ

АНОТАЦІЯ

У статті вводиться поняття інтерактивного потенціалу, який характеризує активність цільової аудиторії Інтернет-ресурсів. Цей показник розраховується, виходячи з динаміки коментування інформаційних матеріалів. Проводиться його експериментальне визначення для окремих публікацій.

Ключові слова: Інтернет, інтерактивність, коментованість, інтерактивний потенціал, ефективність комунікації.

Ефективність комунікації в мережі Інтернет багато в чому визначається коментованістю матеріалів, представлених на тому чи іншому ресурсі, чи то це новини і статті на традиційних інтернет-ЗМІ, чи то записи в блогах та інших так званих "нових медіа". Коментованість є мірою інтерактивності засобів масової комунікації в мережі Інтернет. [1]

Про це свідчить хоча б той факт, що досі жодне українське електронне видання не відмовилося від надання можливості коментувати свої інформаційні продукти. Хоча були спроби зробити це з метою боротьби з фіктивним коментуванням, яке практикується штабами окремих українських політиків та піар-менеджерами компаній. Але коментарі суттєво підвищують кількість переглядів матеріалів сайту, а, значить, і прибутки від реклами. Так само західні спеціалісти з інтернет-комунікацій намагаються якомога менше "закривати" коментарі навіть до окремих публікацій. [2] Що ж до коментарів у мережі блогів, то там були розроблені цілі стратегії коментування, спрямовані на те, щоб збільшити відвідуваність власного ресурсу. [3]

Коментованість не залежить напряму від цікавості матеріалу для цільової аудиторії, оскільки різні матеріали сприймаються по-різному, з різною кількістю емоцій та з різним бажанням подискутувати. Зокрема, за досвідом автора, економічні матеріали, зазвичай, при однаковій кількості переглядів інтернет-користувачами, збирають менше коментарів. Цікавість матеріалу найадекватніше оцінюється статистичною інформацією щодо користувачів, які провели на відповідній сторінці більше 40 секунд, тобто, принаймні побіжно його переглянули. А коментованість характеризує актуальність тої чи іншої теми або конкретного матеріалу перш за все для найактивнішої частини аудиторії, яка й формує "ядро" відвідуваності сайту та суттєво збільшує кількість переглядів сторінок.

Однак фактична кількість коментарів не зовсім точно характеризує матеріал, бо, наприклад, у дні, коли потік інформації у данному ЗМК є потужним, досліджувані матеріали часто відтісняються вниз стрічки новин або стрічки друзів, і, в результаті, збирають менше коментарів, аніж могли би у менш активний день. Окрім того, інтенсивність коментування може бути незначною, але кількість коментарів може повільно зростати протягом кількох діб завдяки дискусії між двома-трьома дописувачами.

Методика розрахунків

Отже, необхідна методика чіткого кількісного опису інтерактивного потенціалу інформаційного матеріалу. Імовірність появи коментарів зменшується з плином часу, однак певним чином збільшується у випадку наявності коментарів під матеріалом. Ця властивість, зокрема, використовується в окремих редакціях, які свідомо залишають під власними матеріалами коментарі, що провокують читачів на дискусію. Математично це можна записати таким чином:

$$dy/dt = qy^r / t^p \quad (1)$$

де y – кількість коментарів у час t , відповідно, dy/dt – умовна "швидкість коментування" в час t ; q , r та p – певні константи. Перша характеризує власне активність коментування, друга – підсилення коментування за рахунок наявних коментарів, третя – швидкість "згасання" інтересу до матеріалу, притаманну конкретному ЗМІ, і залежну від часу, в який було опубліковано матеріал.