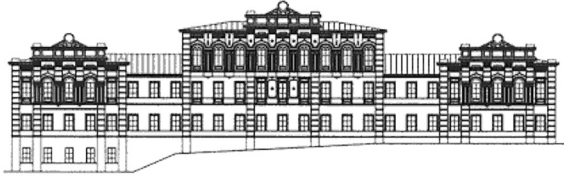


ISSN 2410-5333

**Міністерство культури України
Харківська державна академія культури**

Ministry of Culture of Ukraine
Kharkiv State Academy of Culture



**Вісник Харківської державної академії культури
Visnyk of Kharkiv State Academy of Culture**

**Серія: Соціальні комунікації
Series: Social Communications**

**Збірник наукових праць
Scientific Papers**

За загальною редакцією В. М. Шейка
Editor-in-Chief V. Sheiko

Засновано в 1999 р.
Founded in 1999.

**Випуск 48
Issue 48**

Харків, ХДАК, 2016
Kharkiv, KhSAC, 2016

УДК [008+316.77+378](062.552)

В 53

Засновник і видавець — Харківська державна академія культури

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації серія KB №13567-254 1P від 26.12.2007 р.

Затверджено наказом Міністерства освіти і науки України № 1328 від 21.12.2015 р. як фахове видання із соціальних комунікацій

Рекомендовано до друку рішенням ученої ради Харківської державної академії культури (протокол № 11 від 25 березня 2016 р.)

Збірник поданий на порталі (<http://www.nbuv.gov.ua>) в інформаційному ресурсі «Наукова періодика України», у реферативних базах «Україніка наукова» та «Джерело»

Індексується в наукометричній базі «Російський індекс наукового цитування» (ліцензійний договір № 59-02/2016) та в пошуковій системі Google Scholar

Видання зареєстровано ISSN International Centre (Paris, France): ISSN № 2410-5333 (Print)

Веб-сайт збірника:
<http://v-khsac.in.ua>

E-mail ред.-видавн. відділу ХДАК: rvv2000k@ukr.net

Founder and publisher — Kharkiv State Academy of Culture

Certificate of state registration of the printed mass media, series KB №13567-254 1P of 26.12.2007

Approved by the Ministry of Education and Science of Ukraine № 1328 of 21.12.2015 as a Specialist Culturology and Art Criticism Publication

Recommended for publication by the decision of the Academic Board of the Kharkiv State Academy of Culture (record № 11 of March 25, 2016)

The journal is submitted on the portal (<http://www.nbuv.gov.ua>) in the information resource “Scientific Periodicals Ukraine”, in bibliographic databases “Ukrainika scientific” and “Djerelo”

Is being indexed in the bibliographic database “Russian Science Citation Index” (Licensed agreement № 59-02/2016) and in the Web search engine Google Scholar

The journal is registered ISSN International Centre (Paris, France): ISSN № 2410-5333 (Print)

Website of the journal:
<http://v-khsac.in.ua>

E-mail of Publishing department of KhSAC
rvv2000k@ukr.net

Вісник Харківської державної академії культури. Сер. Соціальні комунікації : зб. наук. пр. Вип. 48 / Харків. держ. акад. культури ; за заг. ред. В. М. Шейка. — Харків : ХДАК, 2016. — 264 с.

ISSN 2410-5333

У науковому збірнику розглядаються методологічні, історичні, теоретичні, методичні й організаційні проблеми інформаційної, бібліотечної діяльності; сучасні тенденції розвитку інформатики та наук соціально-комунікаційного циклу.

Для науковців, викладачів, аспірантів, докторантів, працівників сфер інформаційної та соціально-комунікаційної діяльності.

УДК [008+316.77+378](062.552)

Редакційна колегія

Шейко В. М., д-р іст. наук, проф., чл.-кор. Національної академії мистецтв України, Харківська державна академія культури (головний редактор);

Кущаренко Н. М., д-р пед. наук, проф., Харківська державна академія культури (заступник головного редактора)

Серія: Соціальні комунікації

Асеев Г. Г., д-р техн. наук, проф., Харківська державна академія культури; **Давидова І. О.**, д-р наук із соціальних комунікацій, проф., Харківська державна академія культури; **Дубровіна А. А.**, д-р іст. наук, проф., Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського; **Ельбесхаузен Х.**, д-р філософії, доц., Королівська школа бібліотекознавства та інформатики Університету Копенгагена (Данія); **Кобелев О. М.**, д-р наук із соціальних комунікацій, доц., Харківська державна академія культури; **Кулешов С. Г.**, д-р іст. наук, проф., Інститут архівної справи та документознавства Держкомархіву України; **Лиман С. І.**, д-р іст. наук, проф., Харківська державна академія культури; **Лоренз Б.**, д-р філософії, доц., Університет прикладних наук у галузі державного управління і правових питань (м. Мюнхен, Німеччина); **Лосієвський І. Я.**, д-р філол. наук, доц., Харківська державна наукова бібліотека ім. В. Г. Короленка; **Мазур П.**, д-р пед. наук, проф., Державна вища професійна школа в Холмі (Польща); **Маркова В. А.**, д-р наук із соціальних комунікацій, проф., Харківська державна академія культури; **Мотульський Р. С.**, д-р пед. наук, проф., Національна бібліотека Білорусі (Білорусь); **Петрова Л. Г.**, д-р пед. наук, проф., Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв; **Потрашков С. В.**, д-р іст. наук, проф., Харківська державна академія культури; **Рижанова А. О.**, д-р пед. наук, проф., Харківська державна академія культури; **Сенченко М. І.**, д-р техн. наук, проф., Книжкова палата України; **Соляник А. А.**, д-р пед. наук, проф., Харківська державна академія культури; **Столярюв Ю. М.**, д-р пед. наук, проф., Московський державний ін-т культури, головний науковий співробітник Наукового центру досліджень книжкової культури Академвидавцентру "Наука" Російської академії наук (Росія); **Філіпова Л. Я.**, д-р пед. наук, проф., Харківська державна академія культури; **Швецова-Водка Г. М.**, д-р іст. наук, проф., Рівненський державний гуманітарний університет; **Шемаєва Г. В.**, д-р наук із соціальних комунікацій, проф., Харківська державна академія культури; **Булах Т. Д.**, канд. пед. наук, доц., Харківська державна академія культури (відповідальний секретар)

Editorial Board

Sheiko V. M., Kharkiv State Academy of Culture, Rector, Doctor of Historical Sciences, Professor, Corresponding Member of the National Academy of Arts of Ukraine (Editor-in-Chief);

Kushnarenko N. M., Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture (Deputy Editor-in-Chief)

Series: Social Communications

Asieiev G. G., Doctor of Technical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture; **Davydova I. O.**, Doctor of Sciences in Social Communications, Professor, Kharkiv State Academy of Culture; **Dubrovina A. A.**, Doctor of Historical Sciences, Professor, Vernadsky National Library of Ukraine; **Ebelshausen H.**, Ph. D, Associate Professor, Royal School of Library and Information Science, University of Copenhagen (Denmark); **Kobeliev O. M.**, Doctor of Sciences in Social Communications, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture; **Kuleshov S. H.**, Doctor of Historical Sciences, Professor, Ukrainian Research Institute of Archival Affairs and Records Management of State Archival Service of Ukraine; **Lyman S. I.**, Doctor of Historical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture; **Lorenz B.**, Ph.D, Associate Professor, University of Applied Sciences (Munich, Germany); **Losievskiy I. Ya.**, Doctor of Philological Sciences, Associate Professor, V. Korolenko Kharkiv State Scientific Library; **Mazur P.**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, The State School of Higher Education in Chelm (Poland); **Markova V. A.**, Doctor of Sciences in Social Communications, Professor, Kharkiv State Academy of Culture; **Motulskiy R. S.**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, National Library of Belarus (Belarus); **Petrova L. H.**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts; **Potrashkov S. V.**, Doctor of Historical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture; **Ryshanova A. O.**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture; **Senchenko M. I.**, Doctor of Technical Sciences, Professor, National Book Chamber of Ukraine; **Soliyanik A. A.**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture; **Stoliarov Yu. M.**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Moscow State Institute of Culture, Chief Scientific Officer of the Scientific Research Centre of Book Culture "Science" at the Russian Academy of Sciences (Russia); **Filipova L. Ya.**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture; **Shvetsova-Vodka H. M.**, Doctor of Historical Sciences, Professor, Rivne State Humanities University; **Shemaieva H. V.**, Doctor of Sciences in Social Communications, Professor, Kharkiv State Academy of Culture; **Bulakh T. D.**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture (Executive Editor)

ЗМІСТ (CONTENTS)

Розділ 1. Теоретико-методологічні засади книгознавства, бібліотекознавства та бібліографознавства (Part 1. Theoretical and Methodological Foundations of Book Science, Librarianship and Bibliography)

- О. М. Кобелев (O. M. Kobieliev)**
Організаційно-функціональні трансформації системи соціальних комунікацій як фактор розвитку інформаційно-аналітичної діяльності бібліотек
 (Organizational and functional system transformation of social communications as a factor of development of information and analytical activities of libraries) 8
- Т. Д. Булах (T. D. Bulakh)**
Теоретичне осмислення рекламної комунікації у сфері книговидання та книгорозповсюдження (Theoretical insights into advertising communication in the field of book publishing and book distribution). 19
- І. А. Куриленко (I. A. Kurylenko)**
Трансформація феномену книги та книжної культури в епоху постмодерну
 (Transformation of the book and book culture phenomenon in the era of postmodern) 34
- Г. І. Пристай (H. I. Prystai)**
Бібліотека у формуванні культурно-мистецького середовища краю: результати соціологічних досліджень (Library in shaping the cultural and artistic environment of the region: the results of sociological studies). 42
- О. В. Петренко (O. V. Petrenko)**
Проблема якості друкованих дитячих книг в Україні в контексті сучасної едиціології (Issues on the quality of printed books for children in Ukraine in the context of contemporary editiology) 57
- Л. Ф. Трачук (L. F. Trachuk)**
Читачеорієнтованість електронних каталогів обласних універсальних наукових бібліотек України в контексті концепції «Бібліотека 2.0»
 (Reader-oriented electronic catalogues of the regional universal scientific libraries of Ukraine in the context of «Library 2.0») 67
- Н. С. Подоляка (N. S. Podoliaka)**
Внесок харківського видавництва «Рух» (1921–1933) у популяризацію українських видань (Contribution of the Kharkiv publishing house «Rukh» (1921–1933) to the popularization of Ukrainian editions). 79
- О. О. Гусева (O. O. Huseva)**
Нарис у творчості українських письменників (The essay in the works by Ukrainian authors). 88

Розділ 2. Документознавство та інформаційна діяльність (Part 2. Documentation and Information Management)

І Цзя (Yi Jia)

Діяльність соціальних інститутів Китаю із забезпечення доступу до кінодокументів (Activities of social institutions of China to provide access to film documents) 98

О. Є. Бухтатий (O. Ye. Bukhtatyi)

Публічні комунікації та електронна демократія в Україні: проблеми і перспективи (Public communications and e-democracy in Ukraine: challenges and prospects) 108

Розділ 3. Журналістика та засоби масової інформації (Part 3. Journalism and Mass Communication)

М. В. Дяченко (M. V. Dyachenko)

Тема мандрювання у філософсько-поетичних роздумах П. В'яземського (The theme of wandering in P. A. Vyazemsky's philosophical and poetic reflections) . . . 122

Н. Є. Горошкевич (N. Ye. Horoshkevych)

Деякі чинники формування процесів державотворення в друкованих виданнях Івано-Франківщини (Some formation factors of state processes in publications of Ivano-Frankivsk region) 137

О. Г. Макарчук (O. G. Makarchuk)

М. Драгоманов і часопис радикальної партії «Народ» (M. Drahomanov and the magazine of the Ukrainian radical party «Narod» («People»)) 147

К. В. Грубич (K. V. Hrubych)

Соціальні комунікації телевізійних програм гастрономічного спрямування (Social communications of television programmes of gastronomic focus) 158

І. П. Коваленко, О. І. Романюк (I. P. Kovalenko, O. I. Romanyuk)

Формування електорального іміджу через тележурналістику (Formation of the electoral image by TV journalism) 170

Розділ 4. Прикладні соціокомунікаційні технології (Part 4. Applied Social and Communication Technologies)

В. М. Шейко (V. M. Sheyko)

Динаміка демографічних трансформацій міграційних потоків біженців у світовому співтоваристві (The Trends of Demographic Transformations of Refugee Migration Flows in the World Community) 182

О. М. Харцій, С. В. Лубенець (O. M. Khartsii, S. V. Lubenets)

Соціально-педагогічні аспекти підготовки менеджера (Social and pedagogical aspects of training managers) 204

І. Є. Кузуб (I. Ye. Kuzub) Комунікативна сутність і загрози інформаційних війн (Communication essence and the threat of the information wars)	211
З. М. Остропольська (Z. M. Ostropolska) Конвергентні технології: соціокультурні аспекти (Convergent technologies: socio-cultural aspects)	222
Г. В. Пшинка (H. V. Pshynka) Роль наукової спадщини Ф. Р. Дунаєвського в розвитку менеджменту в Україні (Role of F. R. Dunaievskiy's scientific heritage in developing management in Ukraine)	233
Ю. С. Шевчук (Yu. S. Shevchuk) Про співвідношення понять «кінореклама» й «екранна реклама» (On the correlation of the notions «film advertising» and «screen advertising»)	245
Ю. І. Ларіонов (Yu. I. Larionov) Прийняття рішень в умовах невизначеності (DMUU) — обмеження класичної теорії прийняття рішень (Decision making under uncertainty (DMUU) – limitation of classical decision theory)	255

РОЗДІЛ 1

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ
КНИГОЗНАВСТВА, БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВА
ТА БІБЛІОГРАФОЗНАВСТВА**

PART 1

**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL
FOUNDATIONS OF BOOK SCIENCE,
LIBRARIANSHIP AND BIBLIOGRAPHY**

■ УДК [007:02] (477)

О. М. Кобелев, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК

Розглядаються напрями й особливості організаційно-функціональної трансформації системи соціальних комунікацій як фактора розвитку інформаційно-аналітичної діяльності бібліотек. Зазначається, що зовнішнє середовище стає дедалі мінливішим: збільшується обсяг інформації, що потребує оцінки й переробки. Під впливом цих процесів своєрідним каталізатором прогресу нинішнього українського суспільства, всіх його підсистем стають активізація впровадження новітніх інформаційно-телекомунікаційних технологій і збільшення когнітивної складової в структурі всіх сфер діяльності, зокрема бібліотечно-інформаційної.

Ключові слова: інформаційно-аналітична діяльність, бібліотека, система соціальних комунікацій, організаційно-функціональна трансформація.

А. Н. Кобелев, доктор наук по социальным коммуникациям, доцент, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

ОРГАНИЗАЦИОННО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИБЛИОТЕК

Рассматриваются направления и особенности организационно-функциональной трансформации системы социальных коммуникаций как фактор развития информационно-аналитической деятельности библиотек. Отмечается, что внешняя среда становится все более переменчивой, увеличивается объем информации, требующей оценки и переработки. Под воздействием этих процессов своеобразным катализатором прогресса нынешнего украинского общества, всех его подсистем, становятся новейшие информационно-телекоммуникационные технологии и усиление когнитивной составляющей в структуре всех сфер деятельности, в частности, библиотечно-информационной.

Ключевые слова: информационно-аналитическая деятельность, библиотека, система социальных коммуникаций, организационно-функциональная трансформация.

O. M. Kobieliev, Doctor of Science in Social Communications, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

ORGANIZATIONAL AND FUNCTIONAL SYSTEM TRANSFORMATION OF SOCIAL COMMUNICATIONS AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF INFORMATION AND ANALYTICAL ACTIVITIES OF LIBRARIES

The author considers the trends and features of the organizational and functional system transformation of social communications as a factor of development of information and analytical activities of libraries. It is noted that the external environment becomes more changeable, information content increases and it needs evaluation and processing. Under the influence of these processes, the latest information and telecommunication technologies and the strengthening of the cognitive component in the structure of all the sectors of activities, such as library and information, become a kind of catalyst of the current progress of the Ukrainian society and all of its subsystems.

Key words: information and analytical activities of libraries, library, system of social communications, organizational and functional transformation.

Постановка проблеми. Інформаційна аналітика — це соціальне явище, що швидко розвивається і має певні закономірності, головною з яких є інституціоналізація інформаційно-аналітичної діяльності (ІАД), яка ґрунтується на цінностях, нормах й стандартах, що формуються в суспільстві. Інструментальна спрямованість аналітики, забезпечуючи прийняття управлінських рішень, розробку сценаріїв дій у складних соціальних обставинах, перетворює її на ефективну соціально-інформаційну технологію, яка не лише сприяє оптимальному управлінню різними сферами суспільства, але водночас дозволяє маніпулювати людьми, формувати суспільну думку, програмувати певні соціальні реакції.

Відповідно до цих процесів відбувається активізація інтелектуальної діяльності взагалі й аналітичної зокрема. При цьому особливо посилюється значущість конструктивної аналітики в процесах здійснення реформ не лише в бібліотечному соціальному інституті (БСІ) і системі соціальних комунікацій (ССК), а й у суспільстві загалом.

Зважаючи на те, що бібліотека має стати важливим елементом в інформаційно-аналітичній інфраструктурі суспільства, що створюється, для чого вона має необхідні ресурси, можливості та досвід роботи з інформацією, актуальності набуває проблема визначення основних напрямів організаційно-функціональних трансформацій ССК як фактора розвитку ІАД у бібліотеках. Це, з одного боку, дозволить оптимізувати інформаційно-аналітичне забезпечення різних суспільних підсистем, а з іншого — довести суспільству доцільність існування розвинутої і модернізованої системи бібліотек.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, присвячених проблемам інформаційно-аналітичної діяльності (ІАД) бібліотек, засвідчує значну увагу вітчизняних і зарубіжних дослідників до порушеної проблеми. Зокрема, можна відзначити праці Г. Артамонова, Д. Блюменау, Г. Гордукалової, І. Давидової, В. Ільганаєвої, Н. Кушнарєнко, А. Рунова, Е. Семенюка, М. Слободяника, Н. Слядневої, С. Терещенка, Л. Філіпової, де розглядаються такі важливі аспекти, як сутність і напрями еволюції ІАД, її місце та значення в інформаційній і бібліотечній діяльності. У працях О. Ворошилова, С. Кулицького, В. Онопрієнка, В. Пархоменка, Г. Покровської, Т. Симоненко, А. Шемаєвої досліджуються окремі проблеми ІАД бібліотек. Водночас, поки що практично не порушувалося питання про вплив організаційно-функціональних трансформацій ССК на розвиток ІАД у бібліотеках.

Відтак, **мета статті** — виявити й узагальнити основні напрями організаційно-функціональних трансформацій системи соціальних комунікацій як фактора розвитку інформаційно-аналітичної діяльності в бібліотеках.

Виклад основного матеріалу дослідження. Насамперед слід зазначити, що нині відбувається перехід суспільства від індустріальної стадії розвитку до інформаційної (а в деяких країнах і до суспільства знань). Зовнішнє середовище стає дедалі мінливішим: збільшується обсяг інформації, що потребує оцінки й переробки. Загалом, цей новий етап розвитку суспільства характеризується такими особливостями: у господарській діяльності домінує сфера надання послуг, а у виробництві — обробка; технологічною базою виробництва стає наукоємне виробництво; основним виробничим ресурсом є інформація й знання, де останньому, як невідчужуваному ресурсу, відводиться особлива роль. Інтелектуальні здібності людини та рівень її освіти значною мірою визначають у постіндустріальному суспільстві її добробут і соціальний статус. Посилюється тенденція, відповідно до якої люди, котрі з тих або інших причин не беруть участі в інтелектуальному виробництві, не можуть сподіватися не тільки на підвищення, але навіть на збереження раніше досягнутого ними рівня добробуту.

Водночас посилюється значення ССК, її вплив на всі сфери людської діяльності [10]. Це зумовлено тим, що сучасне суспільство, як функціонально диференційоване, базується на розрізненні автономних функціональних підсистем, до яких належать економіка, політика, виховання, релігія, мистецтво й ін. При цьому, якщо Т. Парсонс [8] вирізняв у суспільстві чотири основні підсистеми — економічну, політичну, правову, морально-ідеологічну (підсистема підтримки зразка), то в інформаційному суспільстві до них додаються дві важливі самостійні підсистеми — телекомунікаційна й освітня.

Телекомунікаційну підсистему не можна розглядати лише як технічну складову економіки; вона виходить за межі ролі й значення в техніці. Телекомунікаційна технологія забезпечує прорив у демократичний соціальний лад, оскільки дозволяє людині мати статус «безпосереднього члена» суспільства без будь-яких посередників (певних груп, ідеологій або символічних культурних систем).

Як відомо, «інформаційний вибух» викликав зміни у сфері духовного виробництва, культури. Інформація стає продуктом і однією з головних цінностей суспільства, що не могло не відбитися на змінах у відношеннях власності. Як зазначають фахівці [3], відносини власності трактуються як відносини не між людиною й річчю, а між людьми з їхніми правами на використання певного виду ресурсу. У класичній фірмі таким ресурсом є капітал; у нових сферах підприємницької діяльності найбільший вплив має той, хто набув право на використання інформації; в інноваційній сфері й у сфері професійних послуг — право на інтелект.

У сучасній економіці, що характеризується наукоємністю, безперервними структурними змінами, високим динамізмом, роль інтелектуальної власності в суспільному розвитку посилюється.

О. Тоффлер [12], аналізуючи основні джерела політичної влади — силу, багатство й знання, — формулює висновок про те, що в сучасній цивілізації знання підкорили силу й багатство і стали визначальним фактором функціонування влади. Саме контроль над інформацією надає реальну владу як в економічному, так і в політичному житті, що зокрема підтверджують події останнього часу в Україні.

Тому в практичній діяльності науковців, спеціалістів сфери економіки, представників владних структур та опозиції дедалі актуальнішими стають проблеми пошуку в потоці документів необхідної саме для них інформації, обробки великих інформаційних масивів. При цьому опрацювання останніх повинно забезпечити високу точність, безпомилковість пошуку.

Як відомо [9, с. 137], з кінця ХХ ст. обсяг знань у суспільстві збільшується вдвічі кожні два роки, причому з прискоренням. У соціальній сфері ця тенденція виявляється в тому, що в найрозвиненіших країнах світу простежується перехід найближчим часом від нинішнього індустріального суспільства до постіндустріального (інформаційного). Усе це набуло відображення в посиленні уваги фахівців різних наукових напрямів і галузей до проблем інформації та знання в цілому, і когнітології зокрема. Існує точка зору, що в другій половині минулого століття мала місце так звана «когнітивна революція», яка стосувалася стану розуму людей і того, як вони пояснюють свою поведінку.

Когнітологія передбачає вирішення традиційних для цієї науки проблем методами, що враховують когнітивні процеси, до яких належать сприйняття, мислення, пізнання, пояснення і розуміння. Когнітивний підхід у будь-якій предметній галузі зосереджується на знаннях, радше, на процесах їх створення, зберігання, опрацювання та інтерпретації. Когнітивні проблеми — сприйняття, пізнання та розуміння дійсності — цікавили філософів та психологів у всі часи [11]. Але бурхливий розвиток, якого зазнали кібернетика та комп'ютерна техніка після закінчення Другої світової війни, змусили поглянути по-новому на процеси мислення, пізнання та розуміння. У центрі уваги опинилися феномен знання і пов'язані з ним проблеми отримання, зберігання, опрацювання та репрезентації знань як у розумі людини, так і в комп'ютерній системі. У 1960 р. в Гарварді був створений перший Центр когнітивних досліджень, що і стало датою зародження когнітивної науки (когнітології) — міжпредметного наукового напрямку, який об'єднував філософію, нейрофізіологію, антропологію, лінгвістику і теорію штучного інтелекту. Когнітивна наука є одним з основних напрямів прикладних і фундаментальних досліджень XXI ст.

Основою когнітивного підходу, звичайно, є теорія штучного інтелекту — адже з нею пов'язані галузі промисловості, які виробляють комп'ютери та електроніку, що надзвичайно швидко розвиваються, поширення мережі телекомунікацій. Тому в когнітології домінує технічний підхід до вивчення знань, а критерієм якості когнітивних теорій є практична реалізація.

Слід зауважити, що популярність когнітологічного підходу зумовлена не тільки новизною та глибиною ідей, але і практичними успіхами когнітології в промисловості, медицині, економіці. Нині створено вже тисячі експертних систем, а елементи штучного інтелекту використовуються в усіх сучасних програмних комплексах і, звичайно, в навчальних системах.

Особливо необхідно підкреслити перспективність вивчення комунікаційних можливостей когнітологічного інструментарію. Саме в ССК містяться найочевидніші ресурси підвищення ефективності вирішення багатьох проблем бібліотечної теорії і практики.

Суть організації результативної роботи сучасних інформаційно-аналітичних установ щодо задоволення інформаційно-аналітичних потреб суспільства полягає в тому, що на будь-який попит інформаційна сфера відповідає практично миттєвим збільшенням відповідної продукції (послуг) чи виникненням нових. Зважаючи на сучасні тенденції розвитку інформаційно-аналітичної інфраструктури, можна стверджувати, що рівень розвитку бібліотечної діяльності як одного з важливих її елементів визначається не стільки формуванням

значних обсягів інтелектуально-інформаційних ресурсів і забезпеченням зручного доступу до них засобами інформаційно-телекомунікаційних технологій, скільки інтенсивністю їх використання відповідно до потреб суспільства. Тобто особливої уваги потребує переробка в інформаційно-аналітичні продукти і послуги не будь-якої інформації, а передусім тієї її частини, що забезпечує здійснення ефективної діяльності користувачами бібліотек. У цьому контексті важливою є думка дослідників, що під час генерації інтелектуально-інформаційних ресурсів інформація і знання, розміщені в них без урахування реальних інтересів користувачів, стають мертвим капіталом [2; 5; 6]. У зв'язку із цим пріоритетними є питання аналізу й оцінки стрімко зростаючих потоків інформації (знань), їх якісного добору та організації відповідно до потреб певної категорії користувачів.

Ідеться про інтелектуальні технології аналітики оброблення неструктурованої інформації (знань), на основі яких, зокрема, створюється синтезована, оглядово-аналітична, прогнозна, експертна інформація (знання), до якої належить аналітичний огляд видань з основними ідеями, думками щодо означеної проблеми, що надає змоги простежити еволюцію її розвитку, виявити певні закономірності, окреслити на базі аналізу значного масиву інформації вузько-спеціальне питання тощо.

Ці завдання належать до комплексу робіт інформаційно-аналітичних служб (підрозділів), що створюються відповідно до сучасних потреб на аналітичну продукцію і стають важливими елементами інформаційної інфраструктури. Більше того, вони досліджують найактуальніші проблеми політичного та соціально-економічного розвитку суспільства, надають рекомендації щодо уникнення небажаних ситуацій як для держави загалом, так і для окремої галузі чи компанії, що сприяє адекватному реагуванню на динамічні зміни в усіх сферах через систему інформаційної інфраструктури [7].

Зважаючи на сучасні тенденції становлення інформаційної інфраструктури, можна стверджувати, що рівень розвитку бібліотечної діяльності, як одного з важливих її елементів, визначається не стільки формуванням значних обсягів інтелектуально-інформаційних ресурсів і забезпеченням зручного доступу до них засобами інформаційно-телекомунікаційних технологій, скільки інтенсивністю їх використання відповідно до потреб суспільства. Тобто ступенем перетворення не будь-якої інформації (знань), а лише тієї, яка має чітке функціональне призначення, на інформаційні продукти і послуги для здійснення ефективної діяльності. ІАД має ієрархічну організацію, яка ґрунтується на принципах створення ієрархічних систем, вертикальної декомпозиції на відповідні підсистеми, пріоритету дій

підсистем вищого рівня залежності поведінки підсистем вищого рівня від фактичного виконання своїх функцій підсистемами нижчого рівня ієрархії. На основі цього виокремлюються такі рівні організації ІАД: 1) міжнародний (глобальний); 2) загальнодержавний (національний); 3) регіональний (у межах держави); 4) локальний (підприємство, установа); 5) у межах структурних ланок організацій; 6) індивідуальний.

Процес інституціоналізації ІАД, який триває кілька останніх десятиріч, набув відображення як у теорії, так і в практиці діяльності бібліотек. Зокрема, йдеться про створення спеціальних інформаційно-аналітичних служб і підрозділів, розгляд та вирішення на бібліотекознавчому рівні відповідних організаційних, теоретико-методологічних, технологічних та інших проблем. Цей процес підтверджує статус бібліотеки як інтелектуального осередку цивілізації, яка набула значного досвіду згортання і систематизації інформації та її аналізу. Перспективи розвитку бібліотечної ІАД стосовно забезпечення потреб і запитів суб'єктів суспільної діяльності зумовлені тенденціями загальноцивілізаційних процесів і внутрішньосуспільними соціокультурними трансформаціями та пов'язані з підвищенням рівня інтелектуалізації технологій виробництва аналітичних матеріалів, збільшенням наукоємності, когнітивної, інноваційної складових в аналітичних розробках як чинників прогресу будь-якої суспільної сфери.

Висновки. Українському суспільству необхідні сучасні технології організації й управління, які дозволяють раціоналізувати спільні зусилля кожного соціального інституту, створити ефективну комунікацію між різними активними соціальними одиницями. Під впливом цих процесів своєрідним каталізатором прогресу нинішнього українського суспільства, всіх його підсистем стають активізація впровадження новітніх інформаційно-телекомунікаційних технологій і посилення значення когнітивної складової в структурі всіх сфер діяльності, зокрема бібліотечно-інформаційної. Тому нині активно розробляються інформаційно-аналітичні технології, що забезпечують реалізацію соціальних програм, оптимізацію соціальних процесів, зокрема налагодження зворотного зв'язку між владою та суспільством (електронний уряд), упорядкування інформаційного контенту в електронному середовищі.

Розвиток суспільства визначається співвідношенням обсягів генерованого знання до рівня ефективності його використання в усіх сферах діяльності. У свою чергу, це зумовлює активізацію розробок методик управління не стільки інформаційними потоками, скільки їх змістовною складовою. Важливе місце в цьому процесі належить бібліотеці як одній з найдавніших і найрозвинутіших складових ССК.

Ідеться, зокрема, про те, що розвиток бібліотечного інформаційно-аналітичного супроводу різних напрямів діяльності має орієнтуватися на потреби нової ноосферної цивілізації і випереджаючими темпами ефективно використовувати інформацію та її високоорганізовану форму — науково-інтелектуальне знання.

Головними факторами інституціоналізації інформаційно-аналітичної діяльності в структурі соціально-комунікаційної діяльності є інформатизація, глобалізація й інтелектуалізація суспільних відносин як підґрунтя розвитку сучасної інформаційної цивілізації та становлення суспільства знань. Ці процеси зумовили не тільки збільшення обсягів інформації й забезпечення віддаленого доступу до масивів структурованих знань, а й переосмислення значення інформації (знань) у системі стратегічних ресурсів, засобів їх обробки, надання і використання. Застосування технологій інформаційно-аналітичної діяльності дозволяє структурувати наявні інформаційні ресурси бібліотек і використовувати їх як моделі консолідованої інформації, які частково чи повністю відбивають контент соціоінфосфери, універсум знань, здобутих суспільством.

Список використаних джерел

1. Ворошилов О. Удосконалення наукового супроводу суспільних перетворень в Україні інформаційно-аналітичними підрозділами бібліотек (з досвіду СІАЗ НБУВ) / О. Ворошилов // Наук. пр. Нац. біб-ки України ім. В. І. Вернадського. Вип. 26 / НАН України. Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Асоц. б-к України. — Київ, 2010. — С. 222–229.
2. Горовий В. М. Особливості розвитку соціальних інформаційних баз сучасного українського суспільства / В. М. Горовий. — Київ : НБУВ, 2005. — 300 с.
3. Капелюшников Р. И. Экономическая теория прав собственности (методология, основные понятия, круг проблем) [Электронный ресурс] / Р. И. Капелюшников ; отв. ред. В. Н. Кузнецов. — М., 1990. — Режим доступа: http://www.libertarium.ru/l_lib_propkapel. — Загл. с экрана.
4. Кобелев О. М. Інформаційна аналітика в структурі бібліотечної діяльності в Україні / О. М. Кобелев ; М-во культури України, Харків. держ. акад. культури. — Харків : ХДАК, 2012. — 245 с.
5. Кулицький С. П. Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління / С. П. Кулицький ; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. — Київ : МАУП, 2002. — 222 с.
6. Кушерець В. І. Знання як стратегічний ресурс суспільних трансформацій / В. І. Кушерець. — Київ : Знання України, 2004. — 248 с.
7. Пальчук В. Інформаційно-аналітична структура сучасної бібліотеки / В. Пальчук // Наук. пр. Нац. біб-ки України ім. В. І. Вернадського. Вип. 25 / НАН України. Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Асоц. б-к України. — Київ, 2009. — С. 116–124.

8. Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения / Т. Парсонс // Американская социологическая мысль. — М., 1996. — С. 494–526.
9. Покровська Г. Форми і методи введення в суспільний обіг наукових знань інформаційно-аналітичними структурами бібліотек / Г. Покровська // Наук. пр. Нац. біб-ки України імені В. І. Вернадського. Вип. 25 / НАН України. Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Асоц. б-к України. — Київ, 2009. — С. 137–145.
10. Рунов А. В. Особенности коммуникативной среды в моделях информационного общества / А. В. Рунов. — М. : РГИУ, 2003. — 112 с.
11. Философский словарь / под ред. И. Т. Фролова. — 7-е изд., перераб. и доп. — М. : Республика, 2001. — 719 с.
12. Toffler A. Powershift: Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of the 21 st Century / A. Toffler. — L. : Bantam Books, 1990. — 551 p.

References

1. Voroshylov O. Udoskonalennia naukovoho suprovodu suspilnykh peretvoren v Ukraini informatsiino-analitychnymy pidrozdilamy bibliotek (z dosvidu SIAZ NBUV) / O. Voroshylov // Nauk. pr. Nats. bib-ky Ukrainy im. V. I. Vernadskoho. Vyp. 26 / NAN Ukrainy. Nats. b-ka Ukrainy im. V. I. Vernadskoho. Asots. b-k Ukrainy. — Kyiv, 2010. — S. 222–229.
2. Horovyi V. M. Osoblyvosti rozvytku sotsialnykh informatsiinykh baz suchasnoho ukrainskoho suspilstva / V. M. Horovyi. — Kyiv : NBUV, 2005. — 300 s.
3. Kapelyushnikov R. I. Ekonomicheskaya teoriya prav sobstvennosti (metodologiya, osnovnyye ponyatiya, krug problem) / R. I. Kapelyushnikov ; otv. red. V. N. Kuznetsov. — M. 1990. [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa: http://www.libertarium.ru/l_lib_propkapel. — Zagl. s ekrana.
4. Kobieliiev O. M. Informatsiina analityka v strukturi bibliotechnoi diialnosti v Ukraini / O. M. Kobieliiev ; M-vo kultury Ukrainy, Kharkiv. derzh. akad. kultury. — Kharkiv : KhDAK, 2012. — 245 s.
5. Kulytskyi S. P. Osnovy orhanizatsii informatsiinoi diialnosti u sferi upravlinnia / S. P. Kulytskyi ; Mizhrehion. akad. upr. personalom. — Kyiv : MAUP, 2002. — 222 s.
6. Kusherets V. I. Znannia yak stratehichniy resurs suspilnykh transformatsii / V. I. Kusherets. — Kyiv : Znannia Ukrainy, 2004. — 248 s.
7. Palchuk V. Informatsiino-analitychna struktura suchasnoi biblioteky / V. Palchuk // Nauk. pr. Nats. bib-ky Ukrainy im. V. I. Vernadskoho. Vyp. 25 / NAN Ukrainy. Nats. b-ka Ukrainy im. V. I. Vernadskoho. Asots. b-k Ukrainy. — Kyiv, 2009. — S. 116-124.
8. Parsons T. Ponyatiye obshchestva: komponenty i ikh vzaimootnosheniya / T. Parsons // Amerikanskaya sotsiologicheskaya mysl. — M., 1996. — S. 494-526.

9. Pokrovska H. Formy i metody vvedennia v suspilnyi obih naukovykh znan informatsiino-analitychnymy strukturamy bibliotek / H. Pokrovska // Nauk. pr. Nats. bib-ky Ukrainy im. V. I. Vernadskoho. Vyp. 25 / NAN Ukrainy. Nats. b-ka Ukrainy im. V. I. Vernadskoho. Asots. b-k Ukrainy. — Kyiv, 2009. — S. 137-145.
10. Runov A. V. Osobennosti kommunikativnoy sredey v modelyakh informat-sionnogo obshchestva / A. V. Runov. — M. : RGIU, 2003. — 112 s.
11. Filosofskiy slovar / pod red. I. T. Frolova. — 7-e izd., pererab. i dop. — M. : Respublika. 2001. — 719 s.
12. Toffler A. Powershift: Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of the 21 st Century / A. Toffler. — L. : Bantam Books, 1990. — 551 p.

■ UDC [007: 02] (477)

Kobieliev O. M., Doctor of Science in Social Communications, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

ORGANIZATIONAL AND FUNCTIONAL SYSTEM TRANSFORMATION OF SOCIAL COMMUNICATIONS AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF INFORMATION AND ANALYTICAL ACTIVITIES OF LIBRARIES

The aim of this paper is to unfold and generalize the main trends of the organizational and functional system transformation of social communications as a factor of development of information and analytical activities of the libraries.

Research methodology. The study is conducted within the framework of the analysis of organizational and functional system transformation of social communications. The methodological basis is the basic concepts and essentials of the general theory of social communications that reflect the diversity of aspects, the fundamental purpose of social communication in the system of social relations.

Results. It is noted that nowadays there is a transition from the industrial development stage to the information one (and in some countries to the knowledge society). The external environment becomes more changeable, information content increases and it needs evaluation and processing. In this respect, the specificity of effective organization of modern information and analytical agencies in meeting information and analytical needs of society is that the information sphere answers to any demand with practically instantaneous increase in the products (services) or the emergence of new ones. In this connection, the priority issues are the analysis and evaluation of the rapidly growing information flows (knowledge), their qualitative selection and organization according to the needs of certain categories of users.

Novelty. The development of society is defined by the extent of generated knowledge to the level of its efficiency in all the areas. In turn, this causes the activation of development of controlling techniques of not so much information flows as their substantial component. The important role in this process belongs to a library as one of the oldest and most developed components of social communications. In particular, the fact that the development of library information and analytical support of various activities should focus on the needs of the new noosphere civilization and use the information and its highly organized form — the scientific and intellectual knowledge efficiently at a fast pace.

The practical significance. Some ideas of the study can make a theoretical and methodological basis of improving the efficiency of information and analytical services and the corresponding library departments of various types.

Key words: information and analytical activities of libraries, library, system of social communications, organizational and functional transformation.

Надійшла до редколегії 18.02.2016 р.

■ УДК 655.55

Т. Д. Булах, кандидат педагогічних наук, доцент, докторант, Харківська державна академія культури, м. Харків

ТЕОРЕТИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У СФЕРІ КНИГОВИДАННЯ ТА КНИГОРОЗПОВСЮДЖЕННЯ

Наведено огляд публікацій, у яких висвітлюються сутнісні характеристики рекламної комунікації в книжковій галузі. Виявлено основні напрями вивчення реклами сучасними дослідниками. Доведено, що праці, присвячені книговидавничій, книгорозповсюджуючій рекламі, здебільшого мають практичну спрямованість: у них аналізується специфіка розробки, створення, розміщення рекламної інформації видавничої продукції і послуг, немало праць стосується вивчення історії розвитку реклами та рекламної діяльності, сутності та видів книговидавничої і книготорговельної реклами, переваг та недоліків окремих носіїв реклами.

Ключові слова: реклама, рекламна комунікація, книговидавання, книгорозповсюдження.

Т. Д. Булах, кандидат педагогических наук, доцент, докторант, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ КНИГОИЗДАНИЯ И КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЯ

Приведен обзор публикаций, в которых освещаются существенные характеристики рекламной коммуникации в книжной отрасли. Выявлены основные направления изучения рекламы современными исследователями. Доказано, что работы, посвященные книгоиздательской, книгораспространяющей рекламе, в основном имеют практическую направленность: в них анализируется специфика разработки, создания, размещения рекламной информации издательской продукции и услуг, немало исследований касается изучения истории развития рекламы и рекламной деятельности, сущности и видов книгоиздательской и книготорговой рекламы, преимуществ и недостатков отдельных носителей рекламы.

Ключевые слова: реклама, рекламная коммуникация, книгоиздание, книгораспространение.

T. D. Bulakh, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, postdoctoral student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

THEORETICAL INSIGHTS INTO ADVERTISING COMMUNICATION IN THE FIELD OF BOOK PUBLISHING AND BOOK DISTRIBUTION

The author provides an overview of publications, which highlight the essential characteristic features of advertising communication in the book

industry. The basic areas of studying advertising by the modern researchers are found out. The author shows that the papers on book publishing, book-selling advertising are mostly practice-oriented: they analyze the specific features of design, creation, distribution of advertising information of publishing production and services, many papers are concerned with the study of the history of advertising and promotional activities, the essence and types of book publishing and book-selling advertising, advantages and disadvantages of some advertising media.

Keywords: advertising, advertising communication, book publishing, book distribution.

Постановка проблеми. В епоху глобалізації комунікативного простору посилюється роль вивчення соціальних комунікацій як соціокультурного явища, котре сприяє активній та ефективній взаємодії різних спільнот. Невід'ємною складовою системи соціальних комунікацій є рекламна комунікація, феномен якої останнім часом привертає увагу науковців та практиків у різних куточках світу, про що свідчить збільшення кількості праць у цьому напрямі. Книжкова галузь не виняток, що й пояснює достатньо стабільну увагу до рекламної сфери видавців, працівників книгарень та інших суб'єктів видавничо-книго-розповсюджуючої галузі. Зростаючий потік наукових праць, практичних посібників, довідкової та ін. літератури потребує систематизації поглядів учених, накопиченого теоретиками і практиками матеріалу з метою впорядкування доробків фахівців та подальшого виявлення загальних закономірностей розвитку рекламної комунікації в книжковій галузі, що підтверджує актуальність порушеної теми.

Мета статті — узагальнення поглядів учених, окреслення основних аспектів, що порушать дослідники, вивчаючи видавничу та книго-розповсюджуючу рекламу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним з перших спробу науково осмислити комунікативну природу рекламування видавничої продукції здійснив В. І. Щепоткін. У висновках до дисертаційного дослідження «Проблемы измерения эффективности воздействия книготорговой пропаганды и рекламы на спрос покупателей», захищеного в 1984 р., автор зазначає: «Критерії та показники вимірювання ефективності книготорговельної пропаганди і реклами повинні бути узгоджені з її належністю до явища «масова комунікація». Тільки економічного критерію недостатньо для комплексної, достовірної та прогностичної оцінки ефективності пропагандистсько-реklamного заходу» [34]. Далі науковець зауважує: «Валові показники ефективності книготорговельної пропаганди і реклами, розраховані за економічними критеріями (витрати, товарообіг, прибуток, дохід, витрати обігу та ін), повинні коректуватися з урахуванням комунікативних

ефектів пропагандистсько-рекламного стимулу (увага, інтерес, знання, відносини, наміри потенційних покупців книжок)» [там само]. Тобто В. І. Щепоткін по-суті наголошував на ролі зворотного зв'язку в комунікативному процесі рекламної взаємодії.

Сучасний вітчизняний дослідник Т. Полковенко звертає увагу на компонентний склад рекламної комунікації: «Процес рекламної комунікації варто уявляти як низку фаз з відповідною поведінкою реципієнтів: «кодування-сприйняття-трансляція-вплив» [30]. Науковець зауважує: «Результати досліджень покупців друкованої продукції свідчать про те, що для багатьох із них книги, газети, журнали є своєрідними символами. Зробити чергову покупку для таких людей означає повсякчас ототожнювати себе й придбану річ, оскільки існує відповідність між тим, якою людина хоче виглядати в очах інших людей і тим, що вона купує. Тримати в руці певні різновиди друкованої продукції означає розповідати про себе іншим, дати можливість іншим оцінити себе» [там само]. Тобто автор говорить не про що інше, як про код Стендінга, згадуваний Ж. Бодрійяром.

Загалом же вивчення комунікативної специфіки у сфері книговидання та книгорозповсюдження здебільшого поширювалося на книгу як феномен (М. М. Куфаєв, А. В. Соколов), мистецтво книги як засіб комунікації (В. М. Ляхов) налагодження взаємодії між покупцем та продавцем, бібліотекарем та читачем тощо. Одним з останніх можна вважати дослідження В. А. Маркової [24], котра різноаспектно дослідила сутнісні характеристики та специфіку книжкової комунікації як такої. Проте рекламної комунікації у сфері книговидання та книгорозповсюдження автор торкається лише побіжно, оскільки це не було завданням її дослідження, що підкреслює важливість поглибленого вивчення означеного феномену.

Загалом, як довів аналіз, усі праці, що стосуються реклами та рекламної діяльності у сфері книговидання та книгорозповсюдження, умовно можна поділити на декілька груп.

Перша група досліджень присвячена комплексному вивченню проблем рекламування видавничої продукції. Це здебільшого дисертаційні дослідження, в яких реклама проаналізована з економічних, філософських, культурологічних, філологічних аспектів. Крім В. І. Щепоткіна, котрий вивчав рекламу книг з економічних позицій, комплексне дослідження реклами у сфері книговидання та книгорозповсюдження здійснювали А. Б. Берштадт [6], Н. В. Аверіна [1], І. М. Копистинська [18], В. В. Кулаковська [21]. Так, дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук захистили зокрема російські науковці А. Б. Берштадт «Реклама книги в книговедени и издательском деле» (2009); Н. В. Аверіна «Реклама в книжной

торговле. Современные стратегии и методы» (Санкт-Петербург, 2011), вітчизняна дослідниця І. М. Копистинська («Тенденції сучасного вітчизняного книговидання: організаційний, тематичний та рекламно-промоційний аспект: 1993-2003 рр»; 2004 р). В.В. Кулаковська досліджувала книжкову рекламу в культурологічному аспекті (у 2013 р. захистила кандидатську дисертацію на здобуття наукового ступеня кандидата культурології «Реклама книги в незалежній Україні: стан, проблеми та перспективи»).

Незважаючи на те, що перелічені дисертаційні роботи являють собою комплексні дослідження, вони, по-перше, спрямовані на аналіз не соціокомунікативних, а економічних, філологічних, культурологічних (А. Б. Берштадт, Н. В. Аверіна, І. М. Копистинська, В. В. Кулаковська, В. І. Щепоткін) тощо аспектів рекламної діяльності, по-друге, деякі з них написані достатньо давно (В. І. Щепоткін, І. М. Копистинська), що не дозволяє сформувати цілісне уявлення про сучасну рекламну сферу, котра розвивається надто стрімко. По-третє, деякі з них ґрунтуються на аналізові зарубіжного досвіду рекламної діяльності (А. Б. Берштадт, Н. В. Аверіна). І незважаючи на те, що це близьке зарубіжжя, рекламна сфера розвивається по-різному, оскільки залежить перш за все від ставлення до неї державних управлінців, котрі визначають загальну політику та напрями розвитку сфери книговидання, книгорозповсюдження і їх реклами відповідно. Що стосується України, означений факт найяскравіше ілюструє дослідження О. В. Афоніна, М.І. Сенченка «Українська книга в контексті світового книговидання», котре засвідчує, що впродовж тривалого часу українське книговидання не просто не мало пріоритетних позицій, враження, що його розвиток свідомо гальмувався владними структурами, які мали проросійську спрямованість. Як результат — насичення українського книжкового ринку літературою, опублікованою за межами України, здебільшого в Росії, що не могло не позначитися негативно на розвитку українських книговидавничого та книгорозповсюджуючого секторів. Занепад українського книговидання автори пов'язують частково з тим, що «влада не змоглася, або й не намагалася зрозуміти стратегічну роль української книги як одного з головних інструментів освічення та виховання особистості нового українця, формування нації, забезпечення науково-технічного та економічного розвитку української держави» [3, с. 98]. Відповідне ставлення владних структур до книговидавничої та книгорозповсюджуючої сфери негативно позначалося й на розвиткові рекламної комунікації в означеній царині. Аналізуючи сучасний стан українського книговидання, автори сумніваються в його розвиткові в умовах, коли «книга як духовно-мистецький творчий продукт, як один із головних чинників виховання,

освіченості та інтелектуального зростання нації і суспільства фактично не має рекламного простору і її поява в будь-якій іпостасі на телеекрані, в радіопросторі чи на шпальтах періодики є скоріше винятком, аніж правилом [там само, с. 79].

Отже, аналізуючи розвиток книговидавничого сектора, автори неодноразово підкреслюють роль реклами в поліпшенні його становища. Нагадаємо, що під рекламою у вітчизняній практиці розуміють не лише рекламні матеріали в «чистому вигляді», а й рекламну діяльність у цілому, що надає підстави для висновку: говорячи про рекламу, шановні автори мали на увазі роль рекламної комунікації як узагальнюючого поняття. Підтвердженням цьому є позиція дослідників щодо шляхів виходу українського книговидання з кризи. Вихід України на середньоєвропейські показники видання книг на душу населення як за назвами, так і за накладами, на думку авторів, можливий за умови: «- створення довгострокової програми наскрізного перманентного процесу популяризації української мови, книги та читання, від дитячого садка до внз, з використанням науково-психологічних методик, а не політичного тиску; - законодавчого визнання реклами книги й читання соціальною рекламою, організації системної роботи з популяризації української книги і читання в друкованих та електронних ЗМІ» [3, с. 89].

Подібну взаємозалежність видавничої та рекламної сфер дослідники зокрема пояснюють тим, що основний споживач — масовий читач — середній клас, творча інтелігенція, студенти, дрібні підприємці. Їх купівельний попит формується під впливом суспільної думки, реклами [3, с 105.].

До першої групи належать і ґрунтовні дослідження недисертаційного рівня. Наприклад, однією з перших у СРСР праць, присвячених рекламі, книготорговельній зокрема, була книга Н. Кохтева и Д. Розенталя «Слово в рекламе» [20], що вийшла друком у 1978 р., в якій автори проаналізували типи рекламних текстів, серед яких у рекламі книг виокремлювали анотацію, коментарі, відгуки відомих особистостей про книги. Дослідження Д. Беклешова теж є однією з перших спроб вивчення вітчизняної реклами [5], Воно, хоча і стосується сучасної реклами книг, є цінним також з історичної точки зору, оскільки здійснене у 80-х рр. ХХ ст. і дозволяє дійти висновку про рівень та напрями розвитку реклами книг у Радянському Союзі наприкінці минулого століття. Важливою є й узагальнююча праця О.Г. Кожаметової «Современная книгоиздательская реклама в России» (1996 р).

Друга група досліджень присвячена вивченню історії розвитку реклами та рекламної діяльності (А. Акаймова, М. Бутрин, В. Ученнова, Н. Старих, О. Савельєва, Д. Фомін тощо). Так, дослідження

В. Ученової, Н. Старих [32] стосується загальної історії реклами, проте воно становить інтерес для книгознавців тому, що значну увагу науковець приділяє специфіці видавничої реклами. Пояснюється це тим, що винахід Гутенберга став значимим етапом у розвитку рекламної діяльності як такої, що є важливим фактом і під час аналізу закономірностей розвитку рекламної комунікації у сфері книговидавництва та книгорозповсюдження. Крім того, розглядаючи сутнісні характеристики реклами, В. Ученова відзначає масовість як одну з її основних ознак, підкреслюючи таким чином комунікативну спрямованість останньої, адже саме масовість характеризує рекламну комунікацію як складову соціальних комунікацій: «У сучасній німецькій лексиці використовується слово «*werbung*», що акцентує вплив реклами. Слово «*werbung*» у російській мові має відповідник «вербувати». В англійській мові до початку XIX ст. використовувалося дієслово «*advertise*», яке в XV-XVI ст., згідно з Оксфордським словником, позначало просто повідомлення про що-небудь. Романські мови (французька, італійська, іспанська) додали до поняття «*reclame*» - «*publicite*» (франц.), «*Publidad*» (ісп.), що підкреслює масовість рекламного адресата. Отже, провідні параметри рекламної діяльності — це інформаційна наповненість, масова адресність, емоційна насиченість, — і все це позначається дієсловом «вербувати» [32]

Д. Фомін [33] характеризує специфіку радянського плаката 1920-х рр., аналізує підходи зарубіжних та вітчизняних авторів до створення матеріалів, підкреслює ідеологічну спрямованість радянських робіт та пояснює основні спонукальні мотиви, які мають викликати плакати (прагнення кращого рівня життя). Цінність дослідження полягає в тому, що в ньому йдеться про плакати, котрі пропагували читання, тобто безпосередньо стосується комунікативних аспектів книговидавничої та книгорозповсюджуючої реклами, хоча автор і не використовує терміна «комунікація» у своїй розвідці.

Історію плаката досліджувала й О. Савельєва [31], котра зупиняється на основних методах створення означеного виду носія інформації та окреслює етапи його розвитку.

А. Акаймова вивчала рекламу в 50-рр. XX ст. [2], а М. Бутрин [7] розглядає специфіку бібліографічної інформації на сторінках української преси в Галичині 20-30-х рр. XX ст., котра також виконувала рекламні функції, отже, є складовою рекламного комунікативного простору.

Загалом, якщо аналізувати історичні розвідки щодо висвітлення специфіки розвитку книговидавничої та книгорозповсюджуючої реклами, вони характеризуються фрагментарністю, оскільки або частково торкаються книжкової сфери (В. Ученова), або присвячені лише

певним етапам історії реклами чи певних носіїв реклами (плакатів, афіш тощо) (А. Акайомова, Д. Фомін, О. Савельєва), відповідно не надають цілісного уявлення про історичні етапи розвитку рекламної комунікації у сфері книговидання та книгорозповсюдження в цілому, що свідчить про необхідність поглибленого вивчення означеного аспекту.

Третю групу становлять дослідження, що висвітлюють сутнісні характеристики видавничої (А. Мельниченко, А. Киричок [25], А. Зубарєв [14]), чи книгорозповсюджуючої реклами (В. Падалко [28]), специфіку створення та поширення рекламних текстів та інших матеріалів (В. Жарков [12], Ю. Лошкарьов [23]). Так, В. Жарков стисло аналізує типи рекламних текстів, а також розглядає деякі види реклами, вирізняючи торгову (оптову), споживчу, кооперативну (спільна видавництва та книгарні).

А. Зубарєв виокремлює видавничу, читацьку, авторську рекламу. Під видавничою він розуміє перш за все марку видавництва; під читацькою — високу оцінку читачами продукції видавництва; під авторською — високий авторитет авторського імені. По-суті, видавнича та авторська — це сучасна іміджева реклама. Автор також підкреслював, що найкращою рекламою є відгук найавторитетнішої референтної групи або навіть персональний авторитетний відгук. Саме вона, на нашу думку, якнайточніше відображає суть комунікації для комунікації, яку виокремив на початку ХХІ ст. психолог О. Лебедев-Любимов.

Ю. Лошкарьов аналізує сучасні періодичні видання за критерієм їх умісту рекламно-пропагандистських матеріалів, поділяючи їх на:

- пропагандистсько-рекламні видання, тексти яких містять переважно пропагандистські елементи змісту з незначною часткою рекламних, інформативних матеріалів;
- рекламно-пропагандистські видання, тексти яких містять переважно рекламні елементи змісту з незначною часткою пропагандистських матеріалів;
- інформативні видання.

Подібні роздуми не викликають заперечень, єдине, що незрозуміло, чому автор називає свій аналіз «види рекламних текстів», адже йдеться по суті про види періодичних видань за вмістом у них рекламних матеріалів. Заголовок «види рекламних текстів» був би доречним в тому разі, якби йшлося, скажімо, суто про специфіку пропагандистських та рекламних текстів. Але автор лише наприкінці статті торкається цього питання, відзначаючи: «пропагандистські тексти впливають на соціальну поведінку читачів ефективніше, ніж рекламні повідомлення без коментарів. Пропагандистські рекламні тексти є не лише компасом у книжковому морі для вибору необхідної літератури,

але й орієнтиром для читачів у придбанні тієї книги, яка зацікавила його після прочитання опублікованого матеріалу» [23]. Основний же матеріал присвячено видам періодичних видань, що, на наш погляд, хоч на якусь мить може ввести в оману читача.

Четверта група досліджень спрямована на окреслення загальних правил та етапів рекламування видань різних типів чи особливостей певних носіїв реклами.

Е. Бейверсток [4] наводить загальні поради щодо розробки рекламних матеріалів та ін., приділяє увагу специфіці рекламування книг, періодичних видань, художньої, наукової, довідкової літератури тощо.

М. Вейсберг [8] аналізує газету як носій реклами, окреслює переваги та недоліки, а також загальні ознаки, на які варто звертати увагу, обираючи газету як канал передачі рекламної інформації.

Н. Олейнікова [27] вивчає розвиток зовнішньої реклами в цілому, при цьому висвітлює специфіку афіш як рекламного носія, що становить особливий інтерес під час вивчення книговидавничої реклами.

Н. Зелінська, аналізуючи специфіку наукової книги, зауважує, що її реклама залежатиме від того, до якого з різновидів наукової книги належатиме певне видання, а також від того, «на якій стадії підготовки, на якому етапі видавничого процесу перебуває об'єкт реклами» [13, с. 197]. На думку науковця, рекламування «розпадається на два послідовні, пов'язані, але принципово різні етапи: на першому (він охоплює період видавничої підготовки та продукування книги), рекламується, по-суті, ідея, уявний або змакетований образ майбутнього видання; на другому (розпочинається після опублікування видання) — книжка як така» [там само]. Погоджуючись з шановним автором, що реклама «традиційних» книг різниться залежно від фази виробничого процесу, все ж таки вважаємо: нині доречніше виокремлювати не рекламу ідеї та книги як такої, а рекламу твору як продукту інтелектуального виробництва та книги як матеріального носія, що в сучасних умовах має особливе значення, оскільки не кожний твір — продукт інтелектуальної творчості автора — публікується на традиційних носіях. Існує безліч творів (прозових, віршованих; наукових, художніх тощо), котрі існують виключно в електронному середовищі, поширюються через інтернет та рекламуються методами й засобами, принципово відмінними від тих, що застосовуються під час популяризації паперових видань.

Моцяк О. [26] аналізує роль редактора й автора в «самопросуванні» наукової книги як важливого елементу рекламної комунікації.

Досліджують науковці й сучасні носії та канали рекламування видавничої продукції. Зокрема А. Патра [29] аналізує буктрейлер як засіб реклами книг.

Отже, більшість авторів розглядають книгорозповсюджуючу та книготорговельну рекламу в системі маркетингу, акцентуючи увагу на певних аспектах рекламної діяльності, при цьому не наголошують на комунікативній суті означеного феномену, не розглядають як складові рекламної комунікації різні види маркетингової діяльності, хоча говорять про рекламні функції викладки товару (наприклад, в статті Легкая косметика для книжного магазину [22] йдеться про роль та способи викладки видань у книгарні), організацію внутрішньомагазинного книготорговельного простору (Падалко, Канаян) тощо.

Крім того, характеризуючи види реклами, різні автори одні й ті самі види реклами або розглядають за різними класифікаційними ознаками, або описують лише види реклами, не зазначаючи самих ознак, або називають ознаки та види, але не зазначаючи їхнього співвідношення з іншими ознаками. Утім дотримання головної вимоги класифікування — відповідності ознак класифікації та виокремлених у межах цих ознак різновидів є головною передумовою систематизації знань про будь-який об'єкт. У цьому разі — про рекламу. Визначення співвідношення між видами реклами уможливить швидший та ефективніший вибір її засобів, що потребує впорядкування відомостей, які стосуються класифікації видів сучасної книжкової реклами.

Поза увагою дослідників залишається й розгляд якості видання як складової видавничої рекламної комунікації, що, на нашу думку, абсолютно невиправдано: незважаючи на те, що на перший погляд якість — та характеристика, котра жодним чином не стосується рекламної сфери, насправді саме вона є найпершим та найкращим елементом рекламної комунікації, котрий якнайбільше сприяє швидкому продажу товару. Закономірно виникає запитання: що слід розуміти під поняттям «якість видання» і чи не є вона категорією відносною? Адже маємо справу з продуктами інтелектуального виробництва суспільства, котрі не підлягають однозначному оцінюванню. Аналіз наукової літератури засвідчив, що на сьогоднішній день існують лише поодинокі спроби комплексного наукового осмислення поняття «якість видання» та її складових, хоча окремі аспекти означеної проблеми розглянуті в працях Н. Зубко, А. Судин [15], С. Гавенко, Р. Влох та ін. Так, С. Гавенко вивчала критерії оцінювання якості видавничої продукції, акцентуючи на якості виготовлення видань [10, 11]. Р. Влох аналізує критерії оцінювання наукових фахових видань [9], а С.В. Кашуба, Т. В. Олада, А. А. Стрижак [17] переконані, що вирішувати завдання оцінки якості видання необхідно за допомогою методу аналізу ієрархій. Автори пропонують аналізувати такі фактори як: літературний, поліграфічний, інформаційний, соціальний, композиційний, лінгвістичний, психолінгвістичний,

приділяючи увагу математичному розрахунку якості видання, але не характеризують кожен фактор.

Загалом можна стверджувати, що науковці по-різному формулюють поняття «якість видання», відрізняються й підходи стосовно визначення критеріїв оцінювання видань, що ускладнює їх застосування на практиці та потребує деякої конкретизації.

Побіжно фахівці висвітлюють і питання правового забезпечення рекламної галузі, натомість саме від його врахування залежить і ефективність рекламної діяльності, і місце суб'єкта господарювання на ринку, і ставлення до нього споживачів.

Висновки. Підсумовуючи, варто відзначити, що дослідження, присвячені книговидавничій, книгорозповсюджуючій рекламі, здебільшого мають практичну спрямованість: у них аналізується специфіка розробки, створення, розміщення рекламної інформації видавничої продукції та послуг (Е. Бейверсток, М. Вейсберг, О. Моцяк, Б. Резніков). Немало праць стосується вивчення історії розвитку реклами та рекламної діяльності (А. Акаймова, М. Бутрин, О. Савельєва, В. Ученова, Д. Фомін тощо), сутності та видів книговидавничої та книготорговельної реклами (Д. Беклешов, В. Жарков, Ю. Лошкарев, А. Зубарев), переваг та недоліків окремих носіїв реклами (Е. Бейверсток, М. Вейсберг, Н. Олейнікова, С. Патра) тощо.

На жаль, наукові розвідки характеризуються фрагментарністю і не надають повного уявлення про специфіку рекламної комунікації у сфері книговидання та книгорозповсюдження. Так, поза увагою дослідників залишаються сутнісні характеристики та історичні етапи розвитку рекламної комунікації у книжковій галузі, її правові засади, складові рекламної комунікації у сфері книговидання та книгорозповсюдження, класифікація реклами, невирішена проблема критеріїв якості видання та інші аспекти, що зумовлює необхідність комплексного дослідження означеного питання в роботі дисертаційного рівня.

Перспективу подальших досліджень становить вивчення специфічних ознак рекламної комунікації у сфері книговидання та книгорозповсюдження з урахуванням сутнісних характеристик рекламної комунікації як такої.

Список використаних джерел

1. Аверина Н. В. Реклама в книжной торговле. Современные стратегии и методы [Электронный ресурс] / Н. В.Аверина. — СПб, 2011. — Режим доступа: <http://tekhnosfera.com/reklama-v-knizhnoy-torgovle-sovremennye-strategii-i-metody>. — Загл. с экрана.
2. Акаймова А. Вплив реклами на розвиток книжкової справи України: 50-і рр. XX ст. / А. Акаймова // Вісн. Кн. палати. — 1999. — № 10. — С. 18–19.

3. Афонін О. В. Українська книга в контексті світового книговидання / О. В. Афонін, М. І. Сенченко. — Київ : Кн. палата України, 2009. — 277 с.
4. Бэйверсток Э. Книжный маркетинг / Э. Бэйверсток. — М., СПб, 1999. — 336 с.
5. Беклешов Д. Реклама книг сегодня / Д. Беклешов. — М. : Книга, 1986. — 207 с.
6. Берштадт А. Б. Реклама книги в книговедении и издательском деле : автореф. дис. ... канд. филол. наук [Электронный ресурс] / А. Б. Берштадт. — М., 2009. — Режим доступа: <http://tekhnosfera.com/reklama-knigiv-knigovedenii-i-izdatelskom-dele>. — Загл. с экрана.
7. Бутрин М. Л. Бібліографічна інформація на сторінках української преси в Галичині 20–30-х рр. ХХ ст. / М. Л. Бутрин // Українська періодика: історія і сучасність : тези наук.-теорет. конф. 9–10 груд. 1993 р. — Львів, 1993. — С. 206–211.
8. Вейсберг М. Зачем и как рекламироваться в газете / М. Вейсберг // Телерадіокур'єр. — 2005. — №2. — С.133–135.
9. Влох Р. Система оцінки українських фахових видань / Р. Влох // Освіта і упр. — 2008. — Т. 11, чис. 4. — С. 115–122.
10. Гавенко С. Латентний показник якості книжкових видань / С. Гавенко // Квалілогія книги. — Львів : Нац. ут-т «Львівська політехніка». — 2000. — № 3. — С. 16–19.
11. Гавенко С. Системні дослідження якості книжкових видань / С. Гавенко // Вісн. Кн. палати. — 1998. — №5 (23). — С. 14–15.
12. Жарков В. М. Экономика и организация издательского дела [Электронный ресурс] / В.М. Жарков, Б.А Кузнецов, И.М. Чистова. — Режим доступа: <http://www.hi-edu.ru>. — Загл. с экрана.
13. Зелінська Н. В. Наукова книга і реклама — дві речі сумісні / Н. В. Зелінська // Поліграфія і видавнича справа. — Львів, 2001. — Вип. 37. — С. 194–203.
14. Зубарев А. Н. Реклама в книжном деле / А. Н. Зубарев // Книжное дело. — 1995. — №8–9. — С. 65–66.
15. Зубко Н. До визначення поняття якості книги. Начерк [Електронний ресурс] / Н. Зубко, А. Судин. — Режим доступу: <http://knyhobachennia.com/?category=2&article=288>. — Назва з екрана.
16. Канаян К. Освещение торгового зала магазина [Электронный ресурс] / К. Канаян, Р. Канаян. — Режим доступа: <http://www.shop-academy.ru/articles/store-design/store-lighting-040.html>. — Загл. с экрана.
17. Кашуба С. В. Оцінка якості видання з точки зору редактора-видавця / С. В. Кашуба, Т. В. Олада, А. А. Стрижак // Нові технології — 2010. — № 4. — С. 65–69.
18. Копистинська І. М. Тенденції сучасного вітчизняного книговидання: організаційний, тематичний та рекламно-промоційний аспекти (1991–2003 рр.) : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08 / І. М. Копистинська ; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Ін-т журналістики. — Київ, 2004. — 20 с.

19. Костів Л. Реклама як основний двигун торгівлі / Л. Костів // Кн. огляд. — 2001. — №11. — С. 16–19.
20. Кохтев Н. Слово в рекламе / Н. Кохтев и Д. Розенталь. — М. : Экономика, 1978. — 71 с.
21. Кулаковська В. В. Реклама книги в незалежній Україні: стан, проблеми та перспективи : автореф. дис. ... канд. культурології / В. В. Кулаковська ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. — Київ, 2013. — 18 с.
22. Легкая косметика для книжного магазина // Кн. бизнес. — 2004. — №4. — С. 24–28.
23. Лошкарев Ю. Реклама и пропаганда книг в периодических изданиях / Ю. Лошкарев // Книжное дело. — 1996. — №2–3. — С. 60–62.
24. Маркова В. А. Книга в соціально комунікативному просторі: минуле, сучасне, майбутнє : монографія / В. А. Маркова. — Харків : ХДАК, 2010. — 252 с.
25. Мельниченко А. Реклама та PR як засоби популяризації української книги / А. Мельниченко, А. Киричок // Вісн. Кн. палати. — 2014. — №11. — С. 44–45.
26. Моцяк О. М. Роль редактора й автора у «самопросуванні» наукової книги (підготовчий та редакційно-видавничий етапи) / О. М. Моцяк // Поліграфія і видавничча справа. — 2008. — №1. — С. 43–48.
27. Олейникова Н. Под одним небом (из истории наружной рекламы) [Электронный ресурс] / Наталья Олейникова. — Режим доступа: <http://www.sostav.ru/articles/2001/07/26/rec1-2607/>. — Загл. с экрана.
28. Падалко В. Прочитайте нашу книжку / В. Падалко // Кн. огляд. — 2003. — №1–2. — С. 14–17.
29. Патра С. Буктрейлер як засіб реклами книговидавничої продукції [Електронний ресурс] / Світлана Патра. — Режим доступу: <http://www.vmurol.com.ua/index.php?idd=Буктрейлери>. — Назва з екрана.
30. Полковенко Т. Б. Реклама книжкових і газетно-журнальних видань у контексті розвитку новостворених видавництв / Т. Б. Полковенко // Вісн. Кн. палати. — 2013. — №9. — С.9–11.
31. Савельева О. О. История плаката [Электронный ресурс] / О. О. Савельева. — Режим доступа: <http://www.plakaty.ru>. — Загл. с экрана.
32. Ученова В. В. История рекламы / В. В. Ученова, Н. В. Старых. — 2-е изд. — СПб. : Питер, 2003. — 304 с.
33. Фомин Д. Пропаганда чтения в советском плакате 1920-х годов [Электронный ресурс] / Д. Фомин. — Режим доступа: <http://propagandahistory.ru/1718/Propaganda-chteniya-v-sovetskom-plakate-1920-kh-godov/>. — Загл. с экрана.
34. Щепоткин В. И. Проблемы измерения эффективности воздействия книготорговой пропаганды и рекламы на спрос покупателей : автореф. дис ... канд. экон. наук / В. И. Щепоткин. — Москва, 1984. — Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/problemu-izmereniya-effektivnosti-vozdeistviya-knigotorgovoi-propagandy-i-reklamu-na-spros-p-od>. — Загл. с экрана.

References

1. Averina N. V. Reklama v knizhnoy torgovle. Sovremennyye strategii i metody [Elektronnyy resurs] / N. V. Averina. — SPb., 2011. — Rezhim dostupa: <http://tekhnosfera.com/reklama-v-knizhnoy-torgovle-sovremennyye-strategii-i-metody>. — Zagl. s ekrana.
2. Akaiomova A. Vplyv reklamy na rozvytok knyzhkovoi spravy Ukrainy: 50-i rr. XX st. / A. Akaiomova // Visn. Kn. palaty. — 1999. — № 10. — S. 18–19.
3. Afonin O. V. Ukrainska knyha v konteksti svitovoho knyhovydannia. / O. V. Afonin, M. I. Senchenko. — Kyiv : Kn. palata Ukrainy, 2009. — 277 s.
4. Baverstock A. Knizhnyy marketing / Alison Baverstock. — M., SPb. 1999. — 336 s.
5. Bekleshov D. Reklama knig segodnya / D. Bekleshov. — M. : Kniga. 1986. — 207 s.
6. Bershtadt A.B. Reklama knigi v knigovedenii i izdatelskom dele : Avtoref dis... kand. filologich. nauk. [Elektronnyy resurs] / A. B. Bershtadt. — M., 2009. — Rezhim dostupa: <http://tekhnosfera.com/reklama-knigi-v-knigovedenii-i-izdatelskom-dele>. — Zagl. s ekrana.
7. Butryn M. L. Bibliohrafichna informatsiia na storinkakh ukrainskoi presy v Halychyni 20-30-kh rr. XX st. // Ukrainska periodyka: istoriia i suchasnist : Tezy naukovykh teoretich. konf. 9-10 hrudnia 1993 r. — Lviv, 1993. — S.206–211.
8. Veysberg M. Zachem i kak reklamirovatsya v gazete / M. Veysberg // Teleradiokur'er. — 2005. — №2. — S.133–135.
9. Vlokh R. Systema otsinky ukrainskykh fakhovykh vydan / R. Vlokh // Osvita i upr. — 2008. — T. 11, chys. 4. — S. 115–122.
10. Havenko S. Latentnyi pokaznyk yakosti knyzhkovykh vydan / S. Havenko // Kvalihohiia knyhy. — Lviv: Nats. ut-t «Lvivska politehnika». — 2000. — № 3. — S. 16–19.
11. Havenko S. Systemni doslidzhennia yakosti knyzhkovykh vydan / S. Havenko // Visnyk Kn. palaty. — 1998. — №5 (23). — S. 14–15.
12. Zharkov V. M. Ekonomika i organizatsiya izdatelskogo dela [Elektronnyy resurs] / V. M. Zharkov, B. A. Kuznetsov, I. M. Chistova. — Rezhim dostupa: <http://www.hi-edu.ru>. — Zagl. s ekrana.
13. Zelinska N. V. Naukova knyha i reklama — dvi rechi sumisni / N. V. Zelinska // Polihrafii i vydavnycha sprava. — Lviv, 2001. — Vyp. 37. — S. 194–203.
14. Zubarev A. N. Reklama v knizhnom dele / A. N. Zubarev // Knizhnoye delo. — 1995. — №8-9. — S. 65–66.
15. Zubko N. Do vyznachennia poniattia yakist knyhy. Nacherk. / N. Zubko, A. Sudyn [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: <http://knyhobachennia.com/?category=2&article=288>. — Nazva z ekrana.
16. Kanayan K. Osveshcheniye torgovogo zala magazina / K. Kanayan. R. Kanayan [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa: <http://www.shop-academy.ru/articles/store-design/store-lighting-040.html>. — Zagl. s ekrana.

17. Kashuba S. V. Otsinka yakosti vydannia z tochky zoru redaktora-vydavtsia / S. V. Kashuba, T. V. Olada, A. A. Stryzhak // *Novi tekhnolohii* — 2010. — №4. — S. 65–69.
18. Kopystynska I. M. Tendentsii suchasnoho vitchyznianoho knyhovydannia: orhanizatsiinyi, tematychnyi ta reklamno-promotsiinyi aspekty (1991 — 2003rr.) : Avtoref. dys... kand. filol. nauk: 10.01.08 / I. M. Kopystynska; Kyiv. nats. un-t im. T.Shevchenka. In-t zhurnalistyky. — K., 2004. — 20 s.
19. Kostiv L. Reklama yak osnovnyi dvyhun torhivli / L. Kostiv // *Kn. ohliad*. — 2001. — №11. — S. 16–19.
20. Kokhtev N. Slovo v reklame / N. Kokhtev i D. Rozental. — M. : Ekonomika. 1978. — 71 s.
21. Kulakovska V. V. Reklama knyhy v nezalezhnii Ukraini: stan, problemy ta perspektyvy : Avtoref. dys... kand. kulturolohii / V. V. Kulakovska ; Kyiv. Nats. Un-t kultury i mystetstv. — Kyiv, 2013. — 18 s.
22. Legkaya kosmetika dlya knizhnogo magazyna // *Kn. biznes*. — 2004. — №4. — S.24–28.
23. Loshkarev Yu. Reklama i propaganda knig v periodicheskikh izdaniyakh / Yu. Loshkarev // *Knizhnoye delo*. — 1996. — №2–3. — S. 60–62.
24. Markova V. A. Knyha v sotsialno komunikatyvnomu prostori: mynule, suchasne, maibutnie: monohr. / V. A. Markova. — Kharkiv : KhDAK, 2010. — 252 s.
25. Melnychenko A. Reklama ta PR yak zasoby populiaryzatsii ukrainskoi knyhy / A. Melnychenko, A. Kyrchok // *Visn. Kn. palaty*. — 2014. — №11. — S.44–45.
26. Motsiak O. M. Rol redaktora y avtora u «samoprosuvanni» naukovoï knyhy (pidhotovchyi ta redaktsiino-vydavnychi etapy) / O. M. Motsiak // *Polihrafia i vydavnycha sprava*. — 2008. — №1. — S. 43–48.
27. Oleynikova N. Pod odnim nebom (iz istorii naruzhnoy reklamy) / Natalia Oleynikova [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa: <http://www.sostav.ru/articles/2001/07/26/rec1-2607/>. — Zagl. s ekrana.
28. Padalko V. Prochytajte nashu knyzhku / V. Padalko // *Kn. ohliad*. — 2003. — №1-2. — S.14–17.
29. Patra S. Buktreiler yak zasib reklamy knyhovydavnychoi produktsii [Elektronnyy resurs] / Svitlana Patra. — Rezhym dostupa: <http://www.vmurol.com.ua/index.php?idd=Buktreilery>. — Nazva z ekrana.
30. Polkovenko T. B. Reklama knyzhkovykh i hazetno-zhurnalnykh vydan u konteksti rozvytku novostvorenykh vydavnytstv / T. B. Polkovenko // *Visn. Kn. palaty*. — 2013. — №9. — S.9–11.
31. Savelyeva O. O. Istoriya plakata [Elektronnyy resurs] / O. O. Savelyeva. — Rezhim dostupa: <http://www.plakaty.ru>. — Zagl. s ekrana.
32. Uchenova V.V. Istoriya reklamy / V. V. Uchenova. N. V. Starykh. — 2-e izd. — SPb. : Piter. 2003. — 304 s.
33. Fomin D. Propaganda chteniya v sovetskom plakate 1920-kh godov [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa: <http://propagandahistory.ru/1718/Propaganda-chteniya-v-sovetskom-plakate-1920-kh-godov/>. — Zagl. s ekrana.

34. Shchepotkin V. I. Problemy izmereniya effektivnosti vozdeystviya knigotorgovoy propagandy i reklamy na spros pokupateley : Avtoref dis... kand. ekonomicheskikh nauk. — M., 1984. — Rezhim dostupa: <http://www.dissercat.com/content/problems-izmereniya-effektivnosti-vozdeystviya-knigotorgovoi-propagandy-i-reklamy-na-spros-p-od>. — Zagl. s ekrana.

■ UDC 655.55

Bulakh T. D., Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, postdoctoral student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

THEORETICAL INSIGHTS INTO ADVERTISING COMMUNICATION IN THE FIELD OF BOOK PUBLISHING AND BOOK DISTRIBUTION

The aim of the article is to summarize the views of the researchers, outline the main aspects that they raise studying book publishing, book-selling advertising.

Research Methodology. The compilation of the researchers' papers required a systematic approach, general scientific methods of analysis and synthesis.

Results. It has been found that the papers on book publishing, book-selling advertising are mostly practice-oriented: they analyze the specific features of design, creation, distribution of advertising information of publishing production and services (Alison Baverstock, M. Veisberg, O. Motsiak, B. Reznikov). Many papers are concerned with the study of the history of advertising and promotional activities (A. Akaiomova, M. Butryn, O. Savelieva, V. Uchenova, D. Fomin etc.), the essence and types of book publishing and book-selling advertising (D. Bekleshov, V. Zharkov, Yu. Loshkarov, A. Zubariev), advantages and disadvantages of some advertising media (Alison Baverstock, M. Veisberg, N. Olieinikova, S. Patra) etc.

Novelty. This paper is the first attempt to systematize the achievements of national and foreign professionals on studying advertising activities in book publishing and book distribution from a perspective of social communication.

The practical significance. The theoretical material gained by the national and foreign specialists is an important basis for the application of its main achievements in practical activities to improve the book publishing and book distribution industry in Ukraine.

Key words: advertising, advertising communication, book publishing, book distribution.

Надійшла до редколегії 26.02.2016 р.

■ УДК 002.2:371.67

І. А. Куриленко, кандидат філологічних наук, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

ТРАНСФОРМАЦІЯ ФЕНОМЕНУ КНИГИ ТА КНИЖНОЇ КУЛЬТУРИ В ЕПОХУ ПОСТМОДЕРНУ

Розглянуто проблемні питання, пов'язані з дослідженням феномену книги та книжної культури в епоху постмодерну. Осмислюються деякі підходи щодо визначення характерних ознак, типології та сутності означеного культурного явища. Досліджуються особливості культури читання книги в період масової комп'ютеризації. Уточнюється складна структура текстової діяльності посткниги, зокрема акцентується на її інтелектуальній будові, що чітко узгоджується з моделлю лабіринту. Відповідно конкретизується поняття «лабіринту», що характеризується численними інтелектуальними поворотами і запутаними сюжетними ходами, а також експериментуванням письменників зі змістом і формою текстового матеріалу посткниги.

Ключові слова: посткнига, гіперкнига, електронна книга, книжна культура, деструкція, феномен, посткультура, епоха постмодерну.

И. А. Куриленко, кандидат филологических наук, доцент, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФЕНОМЕНА КНИГИ И КНИЖНОЙ КУЛЬТУРЫ В ЭПОХУ ПОСТМОДЕРНА

Рассмотрены проблемные вопросы, связанные с исследованием феномена книги и книжной культуры в эпоху постмодерна. Осмысливаются некоторые подходы относительно определения характерных признаков, типологии и сущности указанного культурного явления. Исследуются особенности культуры чтения книги в период массовой компьютеризации. Уточняется сложная структура текстовой деятельности посткниги, в частности акцентируется на ее интеллектуальном строении, что четко сопоставляется с моделью лабиринта. Соответственно конкретизируется понятие «лабиринта», которое характеризуется многочисленными интеллектуальными поворотами и запутанными сюжетными ходами, а также экспериментированием писателей с содержанием и формой текстового материала посткниги.

Ключевые слова: посткнига, гиперкнига, электронная книга, книжная культура, деструкция, феномен, посткультура, эпоха постмодерна.

I. A. Kurylenko, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

TRANSFORMATION OF THE BOOK AND BOOK CULTURE PHENOMENON IN THE ERA OF POSTMODERN

The article considers the challenging issues on the transformation of the book and book culture phenomenon in the era of postmodern. The

author comprehends some of the approaches concerning the definition of the characteristic features, typology and essence of this cultural phenomenon. The article deals with the features of the book reading heritage in the period of mass computerization. The complex structure of a postbook textual activity is specified. In particular, it focuses on the intellectual structure that is clearly compared with the maze model. Consequently, the 'maze' concept is detailed and characterized with the numerous intellectual switches and intricate plot devices as well as the writers' experimentation with the form and content of a postbook text matter.

Key words: postbook, 'hyperbook', e-book, book heritage, destruction, phenomenon, postculture, postmodern era.

Постановка проблеми. У контексті постмодерністського дискурсу загальнопоширеною є думка, що книга змінює свою пріоритетну позицію в духовному житті людини. Окрім того, часто можна почути, що «читати на сьогодні не модно», що «підростає покоління байдужіє до книги», що «кінець інтелігенції неминучий», адже книжку змінили інші технології «інтелектуального» розвитку особистості. Викликає занепокоєння за майбутнє книги як однієї з рушійних сил суспільного розвитку. Стає зрозуміло, що в епоху інтенсивного розвитку нових інформаційних технологій книзі конче потрібно змінюватися, адаптуючись до нових сучасних умов, щоб упевнено вибороти собі життєвий простір в інших альтернативних каналах комунікацій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У сучасній науковій літературі наявні численні спроби апелювати до деструктивних характерологічних ознак феномену книги та книжної культури в епоху постмодерну, свідченням чого є публікації фахівців (книгознавців [5], літературознавців [4; 6], філософів [2; 3], культурологів [1; 7]), наукові конференції, конгреси та «круглі столи», присвячені зазначеній темі, а також активне обговорення її на форумах в Інтернеті. Утім цей непростий феномен, незважаючи на його активне осмислення, донині не має чіткого визначення в науковому контексті. Поняття «посткниги» — надто багатоаспектне й амбівалентне, чим, власне, і зумовлена актуальність цієї розвідки.

Мета дослідження — розкрити особливості постмодерністської природи книги та книжної культури, виявити її головні концептуальні характеристики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перше, на що вважаємо за необхідне звернути увагу, — це схарактеризувати можливі форми подання книжкового текстового матеріалу новому поколінню читачів, котре надає перевагу здебільшого медійним засобам поширення інформації.

Так, посткнига — це медійна, аудіовізуалізована, інтерактивна, електронна книга (тобто книга, подана на електронному носіїв інформації, що текстуально є аналогом традиційної, паперової). Уже нині в національному культурному просторі продаються необхідні спеціальні пристрої для читання файлів із художніми чи науковими текстами. Незважаючи на їх доволі високу вартість, читацька аудиторія починає поступово опановувати таку техніку і надавати перевагу саме електронному формату книжки як продукту науково-технічного прогресу. І це не дивно, адже електронна книга, в порівнянні з паперовою, має суттєві переваги — доступність, зручність і практичність.

Посткнига є складним технічним творінням, вона суттєво змінює свою формотворну структуру. Її можна визначити як гіперкнигу, що переживає природний процес метаморфози, тобто видозмінюється з паперової (відчутної) форми в електронну (невловиму). У такій книзі немає традиційних «початку» і «кінця», натомість вона збагачена внутрішніми і зовнішніми гіперпосиланнями, мультимедійними ілюстраціями, інформаційно-пошуковою програмою, тлумачними словниками предметної галузі, нелінійністю (читач змушений сам обирати спосіб прочитання тексту — з будь-якого необхідного йому місця). У майбутньому винахідники нових електронних книжок, безсумнівно, врахують звички консервативних читачів: охочі матимуть змогу придбати електронний пристрій, який відтворюватиме шелестіння паперових сторінок під час їх «перегортання» і навіть запах паперу тощо. Окрім того, за допомогою смартфона чи «бук-рідера» можна в будь-який час у будь-якому місці не тільки скачати книжку, а й ознайомитися з думкою інших читачів про неї і в разі необхідності одразу ж обговорити книжку на інтернет-форумі з читачами всього світу.

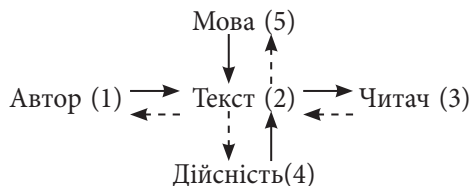
Таким чином, гіперкнижка автоматично стає і творцем гіпертексту в комп'ютерних мережах: кожен із читачів має змогу стати співтворцем тексту, його дописувачем. Так, запропонувавши в ігровій формі власну версію прочитаного тексту, один читач пропонує іншому подальше збільшення його змістовних кодів. У цьому контексті варто пригадати ту модель постмодерністського образу книги, яку пропонують західноєвропейські мислителі Ж. Дельоз і Ф. Гватаррі, — «книгу-кореневище» (ризому), що є не калькою, а «картою світу»: у ній щезає смисловий центр і вона породжує новий тип творчості й відповідно читання. Модель книги-кореневища цілком можна спроектувати і на український ґрунт: вона реалізує принципово новий тип нелінійних зв'язків — усі її змістові, формотворчі коди пов'язані між собою, але зв'язки ці є безструктурними,

численними, заплутаними, переривчастими. Відтак, розмикання структури, тенденція до зближення і взаємодії різних мов культури спонукають постмодерністів до пошуку нових форм організації тексту, які протистояли б класичній будові самої книги — «книги як кола», коли твір сприймається як замкнутий, закритий, завершений світ. Натомість Ж. Дерріда говорить про «подвійне постмодерне письмо» — коли на одній і тій самій сторінці книги у два ряди та дві колонки розміщуються, наприклад, тексти Платона і Малларме, Гегеля і Жане. Отже, новий тип книги, який пропонує французький мислитель-постмодерніст, оснований на нелінійному принципі її організації і характеризується асиметричністю, поєднанням, здавалося б, непоєднуваних речей як цілого. У такій посткнизі «інкорпоровано множинність голосів та поліфонію смислів», у зв'язку з чим, на думку Ж. Дерріда, утрачаються цілісність і всеосяжність, характерні для книги традиційного типу.

Посткнига — це, окрім того, «жива книга», з голосом автора (а не диктора, чи «Іншого» читача), яка пропонує нові способи сприйняття і трактування тексту. Авторське прочитання (в аудіо- чи відеозаписі) дозволяє осмислити читачеві те, що відчував сам письменник під час написання твору, передусім допомагає розставити смислові інтонації та емоційні акценти, які іноді виявляються важливішими за слова. Окрім звичайного тексту, «жива книга» може містити музику, що надихала автора на написання, та «картинки», які віддзеркалюють час і місце оповіді тощо.

Отже, епоху видань наукової, навчальної та художньої літератури змінила епоха масових електронних мультимедійних гіперкниг, що доставляються каналами інтернету із миттєвим зворотним зв'язком. Це, безсумнівно, зумовлено новими соціально-економічними потребами нової стадії суспільного розвитку, яку називають інформаційним суспільством. Відповідно електронні видання — це можливості для активного розвитку національної книговидавничої галузі.

Осмилюючи головні концептуальні характеристики образу книги епохи постмодерну, варто уточнити структуру її текстової діяльності відповідно до нижчеподаної схеми:



Так, посткнига, відповідно до своєї природи, має багатогранну структурну й комунікативну специфіку. З одного боку, її характерними ознаками є: доволі прозорий зміст і чітка авторська концепція, фабула послідовно веде читача від запитання до відповіді, від загадки до розгадки, мова творів суттєво трансформується, з'являється чимало деструктивних мовних засобів, характерних саме для інтернет-комунікації (комп'ютерний сленг, кальки, жаргонні форми, специфічні графічні знаки, так звані «емотиви»), автори намагаються подати сюжетну лінію компактно, висловитися лаконічно, телеграфно. Такі тексти адресуються переважно невибагливій читацькій аудиторії з низькою культурою спілкування.

З іншого ж боку, посткнига має складну структуру, зокрема її інтелектуальна будова яскраво узгоджується з моделлю лабіринту: внутрішній простір характеризується численними інтелектуальними поворотами і заплутаними ходами, різноманітністю та вишуканим смаком, письменники експериментують зі змістом і формою, намагаються відшукати ту композицію і ті образи, які б віддзеркалювали сюжетні колізії. Тексти побудовані, ніби конструктор: вони зібрані з окремих деталей, фрагментів, які, на думку письменника, чітко вписуються в загальну концепцію творів. Відповідно читач повинен витратити немало часу й сил на пошук правильного шляху, щоб розкодувати текстовий простір. Отже, подорож лабіринтом потребує від читача витривалості, інтелектуального напруження й певного ігрового азарту; дійти до центру лабіринту зможуть лише ті, хто здобув необхідні знання й має високу культуру мовлення.

Отже, посткнигу можна розглядати і як лабіринт значень. У цьому контексті варто навести слова французького мислителя Ж. Дерріда: «Книга — це лабіринт. Ти віриш, що виходиш із неї, а сам у неї занурюєшся. У тебе немає шансів урятуватися». Продовжуючи свої філософування, Ж. Дерріда як яскравий представник постмодернізму один із перших спростовує загальнопоширений міф про можливу «смерть книги» в умовах інформаційних технологій: «Наближається не «смерть книги», — стверджує філософ, — а народження нового типу творчості й відповідно читання».

Питання щодо майбутнього книги (наприклад, чи може електронний носій замінити книгу для читання і чи може мультимедійний гіпертекстуальний диск змінити саму природу твору для читання?) цікавили й іншого представника постмодерністського дискурсу — італійського філософа та письменника У. Еко. На одній із публічних лекцій — «Від Інтернету до Гутенбергу: текст і гіпертекст» — учений зауважив, що «книга ніколи не помре», а залишиться необхідною за будь-яких обставин. Варто зазначити, що він мав на увазі не тільки

художню літературу, а й інші жанрові форми, які потребують неквапливого та вдумливого читання, тобто не просто отримання інформації, але й роздумів щодо неї. Звичайно, читати з дисплея — це зовсім не те саме, що читати з друкованої сторінки. Тож, характеризуючи співіснування електронних і традиційних видань у контексті інформаційних технологій, У. Еко надавав перевагу останній книжній формі: «Комп'ютерна інформація забігає наперед, а книга подорожує разом із нами, зі зручною для нас швидкістю.... Текст, який здатний до трансформації, створює враження повної свободи, але це тільки враження, ілюзія свободи.... Мені, як читачеві, краще мати завершений текст, який можна переінакшувати протягом багатьох років, ніж текст-конструктор, з яким можна проводити тільки певні маніпуляції» [7].

М. Павич [6], якого називають «першим письменником третього тисячоліття», у своїй творчості також висвітлює питання сутності й особливостей сучасного образу книги, акцентуючи передусім на її ігровому началі (мається на увазі гра з текстом і читачем). «Усе своє життя, — як зізнається письменник-постмодерніст, — я вивчав класичну літературу і дуже її люблю. Проте думаю, що класичний спосіб прочитання книг уже вичерпав себе, прийшов час змінити його — передусім, коли йдеться про художню прозу. Я намагаюся надати читачеві більшу свободу; він разом зі мною несе відповідальність за розвиток сюжету книги... У нього є можливість самому вирішувати, де починається і де завершується роман, яка зав'язка і розв'язка, якою буде доля головних героїв. Це можна назвати інтерактивною літературою — літературою, що рівняє читача з письменником. Нещодавно вийшла версія «Хозарського словника» на компакт-диску <...>, до послуг читача два з половиною мільйони способів прочитання роману. Кожна людина може вибрати свою фазу читання, створити власну мапу цієї книги» [4].

Висновки. Підсумовуючи вищесказане, можна дійти висновку, що феномен книги і книжної культури в постмодерністському дискурсі безпосередньо пов'язаний з деконструкцією як основною методологічною настановою, практикою руйнування текстового простору і способів прочитання. Посткнига є складним технічним творінням, що суттєво змінює свою формотворчу структуру. Її можна визначити як гіперкнигу, що переживає природний процес метаморфози, тобто перевтілюється з паперової (відчутної) форми в електронну (невловиму). Утім, можна стверджувати, що постмодерний дискурс характеризується тенденцією до симбіозу цих двох форм посткниги: незважаючи на песимістичні прогнози науковців, це дозволяє сподіватися на освоєння аудіовізуальною культурою універсальних можливостей

книжної культури. Отже, теза про «смерть книги» є певним перебільшенням. Книга і книжна культура в інформаційному суспільстві не «вмирають», а трансформуються.

Перспективним напрямом розгляду теоретичних концептів у філософсько-культурологічному дискурсі постмодернізму є дослідження означеного феномену в українському національному контексті.

Список використаних джерел

1. Бруева Т. Книга как феномен культуры : философский аспект [Электронный ресурс] / Т. Бруева. — Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/kniga-kak-fenomen-kultury-filosofskii-aspekt>. — Загл. с экрана.
2. Деррида Ж. Конец книги и начало письма / Ж. Деррида // Интенциональность и интертекстуальность. Философская мысль Франции XX века / пер. с фр. Е. Наймана. — Томск : Водолей, 1998. — С. 218—224.
3. Карьер Ж. Не надейтесь избавиться от книг / Ж. Карьер, У. Эко. — СПб. : Symposium, 2010. — 333 с.
4. Ковбасенко Ю. Литература постмодернізму : По той бік різних боків [Електронний ресурс] / Ю. Ковбасенко. — Режим доступа: http://ae-lib.org.ua/texts/kovbasenko_postmodernism_ua.htm. — Назва з екрана.
5. Маркова В. Книга в соціально-комунікативному просторі : минуле, сучасне, майбутнє / В. Маркова. — Харків : ХДАК, 2010. — 252 с.
6. Павич М. Хазарський словник. Роман-лексикон на 100 000 слів. — Харків : Фоліо, 2006. — 351 с.
7. Эко У. От Интернета к Гутенбергу: текст и гипертекст / У. Эко // Новое литературное обозрение. — 1998. — №4. — С. 5–14.

References

1. Bruyeva T. Kniga kak fenomen kultury : filosofskiy aspekt [Elektronnyy resurs] / T. Bruyeva. — Rezhim dostupa: <http://www.dissercat.com/content/kniga-kak-fenomen-kultury-filosofskii-aspekt>. — Zagl. s ekrana.
2. Derrida Jacques. Konets knigi i nachalo pisma / Jacques Derrida // Intentsionalnost i intertekstualnost. Filosofskaya mysl Frantsii XX veka / per. s fr. E. Naymana. — Tomsk : Vodoley. 1998. — S. 218—224.
3. Carrière Jean-Claude. Ne nadeytes izbavitsya ot knig / Jean-Claude Carrière, Umberto Eco. — SPb. : Symposium. 2010. — 333 s.
4. Kovbasienko Yu. Literatura postmodernizmu : Po toi bik riznykh bokiv [Electronnyi resurs] / — Rezhim dostupu: http://ae-lib.org.ua/texts/kovbasenko_postmodernism_ua.htm. — Nazva s ekrana.
5. Markova V. Knyha v sotsialno-komunikatyvnomu prostori : mynule, sushasne, maibutnie / V. Markova. — Kharkiv : KhDAK, 2010. — 252 s.
6. Pavych M. Khazarskyi slovnyk. Roman-leksykon na 100 000 sliv. — Kharkiv : Folio, 2006. — 351 s.
7. Eco Umberto. Ot Interneta k Gutenbergu: tekst i gipertekst / Umberto Eco // Novoie literaturnoie obozreniie. — 1998. — №4. — S. 5–14.

■ UDC 002.2:371.67

Kurylenko I. A., Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv
spring2007@ukr.net

TRANSFORMATION OF THE BOOK AND BOOK CULTURE PHENOMENON IN THE ERA OF POSTMODERN

The article considers the challenging issues on the transformation of the book and book culture phenomenon in the era of postmodern. The author comprehends some of the approaches concerning the definition of the characteristic features, typology and essence of this cultural phenomenon.

Research methodology. The study is based on descriptive, comparative and historical, contrastive and structural methods.

Results. The implications for possible forms of a postbook text matter to a new reader who mostly prefers mass media tools have been demonstrated. According to that, a postbook (e-book) is an audio-visualized, interactive medium. It is a complex technical invention that radically changes its formative structure. It can be determined as a 'hyperbook', which goes through the natural metamorphose process, i.e. it turns from a paper book into an e-book. The article deals with the features of the book reading heritage in the period of mass computerization. A 'hyperbook' automatically turns into the hypertext creator in computer networks, where every reader can become a text coauthor. In this context, the postmodern model of books 'rhizome' can be mentioned which is offered by the Western philosophers Felix Guattari and Gilles Deleuze. 'Rhizome' is not a borrowed meaning, but a world map, where the sense centre is disappeared and it creates a new type of art similar to the reading.

Novelty. An attempt is made to specify the complex structure of a postbook textual activity. In particular, the author focuses on the intellectual structure that is clearly compared with the maze model. Consequently, the 'maze' concept is detailed and characterized with the numerous intellectual switches and intricate plot devices as well as the writers' experimentation with the form and content of a postbook text matter.

The practical significance. The obtained results make it possible to apply in further study of some issues concerning the phenomenon of a postbook in the postmodern discourse.

Key words: postbook, 'hyperbook', e-book, book heritage, destruction, phenomenon, postculture, postmodern era.

Надійшла до редколегії 23.02.2016 р.

■ УДК 023(477.86); 351.852

Г. І. Пристай, завідувач відділу літератури з мистецтва, Івано-Франківська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. Франка, здобувач, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Івано-Франківськ

БИБЛИОТЕКА У ФОРМУВАННІ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА КРАЮ: РЕЗУЛЬТАТИ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Наведені приклади досліджень, здійснених відділом літератури з мистецтва Івано-Франківської обласної універсальної наукової бібліотеки ім. І. Франка протягом 2014–2015 рр. Подані конкретні рекомендації щодо поліпшення бібліотекою комунікаційної репрезентації інформаційних ресурсів з питань культури та мистецтва регіону.

Ключові слова: працівники закладів культури, обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. Франка, відділ літератури з мистецтва, соціологічні дослідження, методи дослідження, анкетування.

Г. И. Пристай, заведующая отделом литературы по искусству, Ивано-Франковская областная универсальная научная библиотека им. И. Франко, соискатель, Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Ивано-Франковск

БИБЛИОТЕКА В ФОРМИРОВАНИИ КУЛЬТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННОЙ СРЕДЫ КРАЯ: РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Приведены примеры исследований, осуществленных отделом литературы по искусству Ивано-Франковской областной универсальной научной библиотеки им. И. Франко в течение 2014–2015 гг. Представлены конкретные рекомендации по улучшению библиотекой коммуникационной репрезентации информационных ресурсов по вопросам культуры и искусства региона.

Ключевые слова: работники учреждений культуры, областная универсальная научная библиотека им. И. Франко, отдел литературы по искусству, социологические исследования, методы исследования, анкетирование.

H. I. Prystai, Head of the Department of Art Literature, Ivano-Frankivsk Regional Universal Scientific Library named after Ivan Franko, external doctoral candidate, Kyiv National University of Culture and Arts, Ivano-Frankivsk

LIBRARY IN SHAPING THE CULTURAL AND ARTISTIC ENVIRONMENT OF THE REGION: THE RESULTS OF SOCIOLOGICAL STUDIES

The article provides the case studies and examples conducted by the Department of Art Literature of the Ivano-Frankivsk Regional Universal Scientific Library named after Ivan Franko during 2014-2015. Concrete recommendations on improving the communication representation of the information resources on culture and arts of the region by the library are given.

Key words: staff of cultural institutions, Ivano-Frankivsk Regional Universal Scientific Library named after Ivan Franko, Department of Art Literature, sociological research, research methods, questionnaires.

Постановка проблеми. Ефективна репрезентація культурно-мистецького надбання регіону здійснюється на основі генерування та надання бібліотеками комплексу інформаційних продуктів і послуг. Сервісну функцію бібліотеки можна успішно реалізувати лише за умов встановлення постійного зворотного зв'язку з користувачем, системного відстеження його задоволеності рівнем бібліотечно-інформаційного обслуговування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Початок XXI ст. характеризується численними теоретичними та прикладними дослідженнями, спрямованими на вдосконалення системи інформаційного забезпечення різних категорій споживачів інформації. Серед праць важливе місце посідають методичні матеріали, розроблені фахівцями НПБУ з метою надання допомоги щодо організації та проведення соціологічних досліджень у бібліотеках України. Це зокрема методичні поради «Організація роботи соціологічної служби в обласних бібліотеках», «Організація соціологічних досліджень у бібліотеках», укладачами яких стали співробітники НПБУ, серед них — Т. Богуш [3, с. 32–46], Л. Петрова [11, с. 12–14], Ю. Зборовський [10], В. Студенкова [10], І. Цурина [18, с. 105–110].

У контексті дослідження вагомими є наукові праці: О. Башун [2, с. 22–28], О. Грози [1, с. 86–91], Л. Любаренко [5, с. 9–13], О. Масгіпан [6, с. 51–57], Т. Новальської [17, с. 6], Т. Швачки [15], А. Ручки [13, с. 22–25], В. Савіної [14, с. 88–94], В. Кисельової [4, с. 66–70], О. Михайлової [4, с. 66–70], І. Луньової [16], В. Ракитянської [12, с. 110–117]. Історичні аспекти у вивченні бібліотечного читачезнавства проаналізувала Т. Новальська [9].

У розгляді діяльності бібліотек важливе значення мають збірники наукових праць НБУВ, у яких висвітлено напрями діяльності бібліотек у формуванні єдиного наукового інформаційного простору України, досліджено історико-культурні фонди бібліотек, роль та значення біографічної інформації в сучасному освітньому, науковому, культурно-інформаційному просторі [7; 8].

Мета статті — розкрити діяльність бібліотеки в культурно-мистецькому середовищі краю за результатами соціологічних досліджень.

Відповідно до мети поставлено такі завдання:

- визначити діяльність відділу мистецтва з точки зору користувачів;
- проаналізувати читацькі інтереси до видань мистецької тематики;

- вивчити думки та пропозиції партнерів — працівників закладів культури;
- окреслити пропозиції щодо видавничої та соціокультурної діяльності відділу літератури з мистецтва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливим комунікаційним засобом налагодження зворотного зв'язку з користувачем є соціологічні дослідження, спрямовані на вивчення інформаційних потреб (ПП) користувачів, визначення резервів підвищення якості бібліотечно-інформаційного обслуговування.

ОУНБ України здійснили соціологічні дослідження, тематика яких охоплювала такі проблеми:

- публічні бібліотеки: сучасні принципи існування в умовах оновлення суспільства;
- вплив бібліотек на соціокультурний та інформаційний простір як окремих регіонів, так і України загалом;
- діяльність бібліотек, спрямована на допомогу незахищеним верствам населення;
- роль бібліотеки в дослідженнях місцевої історії;
- стан забезпечення сільського населення України бібліотечним обслуговуванням;
- соціальні функції публічних бібліотек у період трансформації суспільства.

Самостійні проекти здійснили такі ОУНБ України, як Львівська, Тернопільська, Чернівецька, Вінницька, Полтавська, Рівненська. У 2007 р. Національна парламентська бібліотека України провела всеукраїнське дослідження «Публічні бібліотеки України в контексті соціокультурного простору регіону», активну участь у якому взяла ХДНБ ім. В. Г. Короленка. Було здійснено збір даних у ХДНБ, разом з Харківською ОУНБ — у базових бібліотеках області. Крім того, оброблено матеріали бібліотек Дніпропетровської, Луганської, Полтавської, Сумської областей, які традиційно належать до сфери методичного впливу ХДНБ. Зазначимо, що це надало численний фактичний матеріал стосовно діяльності базових бібліотек, зокрема щодо сучасних соціальних функцій, притаманних публічним бібліотекам, їх пріоритетності й модернізації. Важливо зазначити, що більшість респондентів позиціювала бібліотеку як важливий соціокультурний заклад регіону. Бібліотечні працівники як пріоритетні назвали культурну, культурологічну, культурно-масову і масову функції. Їх виконання, як уважають респонденти, допомагає реалізувати культурні потреби особистості і різних соціальних груп.

Більше презентовані, на нашу думку, за останні роки є соціологічні дослідження Волинської обласної універсальної наукової бібліотеки

ім. І. Франка, зокрема «Роль бібліотеки в житті сільської громади», «Українська книга: сьогодення та перспективи». Серед цих проєктів — дослідження відділу літератури з мистецтва Івано-Франківської ОУНБ ім. І. Франка. Донині жодна з обласних бібліотек не порушувала означеної проблематики. Тематика цих досліджень характеризується новизною. Так, неординарним типом соціологічного дослідження стало баскет-опитування «Банк ідей користувачів «Простір думок і пропозицій»», здійснене з липня по листопад 2014 р. відділом літератури з мистецтва ОУНБ ім. І. Франка. Особливість цього типу дослідження — відсутність спеціально розробленої анкети, що надало респондентам можливості вільно висловлювати свою думку. Це була перша спроба дослідження з метою вивчення ступеня задоволеності користувачів рівнем інформаційного обслуговування у відділі літератури з мистецтва ОУНБ ім. І. Франка. Ідеї та пропозиції користувачів, висловлені під час опитувань, зафіксовані як в електронному, так і в рукописному форматах. Їх аналіз дозволив дійти висновків про якість укомплектованості фонду, дієвість проведених відділом літератури з мистецтва акцій, масових заходів, мистецьких проєктів, ефективність роботи клубів за інтересами. Емпіричною базою для узагальнення результатів дослідження є скановані копії відгуків респондентів, котрі погодилися на їх публікацію.

На організаційному етапі дослідження окреслено такі завдання: вивчити думку респондентів щодо якості послуг та продукції відділу; виявити ті технологічні процеси роботи, які потребують удосконалення; визначити резерви щодо розширення номенклатури послуг відповідно до потреб користувачів. Учасниками дослідження стали 75 респондентів (48 спеціалістів, 15 студентів, 12 учнів).

Баскет-опитування «Простір думок і пропозицій» дозволило виявити достатньо високий рівень якості задоволення запитів користувачів на документи з питань мистецтва. Особливо респонденти оцінили видавничу продукцію відділу, зокрема ті типи інформаційних видань, які висвітлюють цікаві культурно-мистецькі події краю («Гості літературно-мистецької вітальні», «Митцям-ювілярам присвячується», «Йти вперед, зберігаючи традиції», буклети листівок зі світлинами художніх робіт митців). Проведені працівниками відділу літератури з мистецтва масові заходи визнані такими, що організовані на високому професійному рівні. Висловлені в процесі баскет-опитування думки та пропозиції реципієнтів враховані під час планування роботи відділу. Результатом стали рекомендації, частина яких уже виконана. Перший етап їх реалізації — створення відділом у 2015 р. БД «Майстри Прикарпаття».

У 2015 р. відділ літератури з мистецтва ОУНБ ім. І. Франка серед працівників мистецьких закладів м. Івано-Франківськ проводив

соціологічне опитування «Діяльність відділу літератури з мистецтва з погляду партнерів — працівників закладів культури».

Першочерговим завданням відділу літератури з мистецтва (далі — ВЛМ) ОУНБ ім. І. Франка є перманентний пошук способів удосконалення роботи. Один з ефективних засобів — використання маркетингових досліджень, які дозволяють визначити рівень та якість бібліотечного обслуговування відповідно до очікувань та вимог сучасних користувачів.

З моменту свого заснування в 1997 р. відділ літератури з мистецтва (ВЛМ) ОУНБ ім. І. Франка співпрацює з різними установами культури. Як відомо, розбудова ефективного партнерства потребує постійного розвитку взаємовигідних відносин. Тому у 2015 р. працівники відділу організували соціологічне дослідження з метою з'ясування відповідності фондів ВЛМ ОУНБ ім. І. Франка сучасним запитам працівників закладів культури та стану їх задоволеності послугами, які надає відділ.

Об'єктом дослідження були працівники закладів культури та фонд відділу літератури з мистецтва, предметом — читацькі потреби працівників закладів культури та ступінь їх задоволеності документально-інформаційними ресурсами і сервісами ВЛМ ОУНБ ім. І. Франка, їх думки, оцінки, пропозиції; відповідність фонду та послуг ВЛМ ОУНБ ім. І. Франка запитам і очікуванням користувачів.

Серед основних завдань дослідження:

- визначити інформаційні потреби, мотиви, причини звернень респондентів до фондів ВЛМ ОУНБ ім. І. Франка;
- установити відповідність укомплектованості фонду ВЛМ ОУНБ ім. І. Франка читацьким вимогам;
- розробити комплекс заходів щодо забезпечення відповідності фонду відділу інформаційним запитам користувачів.

Учасниками дослідження були працівники таких закладів культури м. Івано-Франківськ: Музей мистецтв Прикарпаття; Івано-Франківський краєзнавчий музей; Івано-Франківська обласна філармонія; Національний академічний гуцульський ансамбль пісні і танцю «Гуцулія»; академічний обласний музично-драматичний театр ім. І. Франка; театр фольклору, народних свят і видовищ; Народний дім № 1; Літературний музей Прикарпаття; історико-меморіальний музей ім. Олекси Довбуша; центр патріотичного виховання ім. С. Бандери.

У процесі дослідження опитано 50 респондентів, серед яких — 37 жінок і 13 чоловіків. Переважна більшість опитаних мають вищу освіту (44). Середній вік респондентів — 40 років.

У результаті опитування з'ясувалося, що більшість респондентів (24 особи) відвідують бібліотеку кілька разів на рік, щомісяця — 10, щотижня — 5, інші варіанти — 11 (двічі на місяць (2), нечасто (3),

коли є потреба (3), у разі потреби значно частіше (1), не відвідувала багато років (1), не відвідує (1)).

Аналіз відповідей респондентів на запитання анкети «Що спонукає Вас відвідувати відділ літератури з мистецтва?» дозволив з'ясувати, що більшість респондентів приваблює можливість отримати в бібліотеці необхідну інформацію (33) та поспілкуватися із цікавими людьми (18). Комфортні умови для проведення дозвілля в бібліотеці мотивують лише 9 опитаних, видавнича продукція відділу — 11, мультимедійні презентації — 6, право вільно вибрати книги чи електронні носії інформації — 6, безплатний доступ до інтернету через WI-FI — 5, інша мета — (збирання релевантної інформації) — 1 (усього 76 варіантів відповідей) (рис. 1).

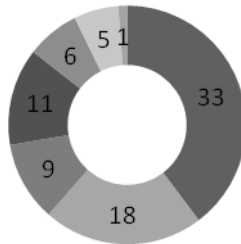


Рис. 1. Мотиви користувачів щодо використання інформаційних ресурсів та сервісів відділу літератури з мистецтва Івано-Франківської ОУНБ ім. І. Франка

На запитання анкети «Книги якої тематики Вас цікавлять?» респонденти відповіли: «мистецтвознавча література й історія мистецтва» — 10 осіб, нотний матеріал, музичне мистецтво — 6, краєзнавче мистецтвознавство — 5, видання про театр, п'єси, сценарії — 5, образотворче мистецтво, живопис — 4, художня література — 4, декоративно-прикладне мистецтво, дизайн — 3, музеї, каталоги виставок — 2, альбоми музеїв — 2, балет, хореографія — 2, українські обряди та етнологія — 2 (рис. 2).

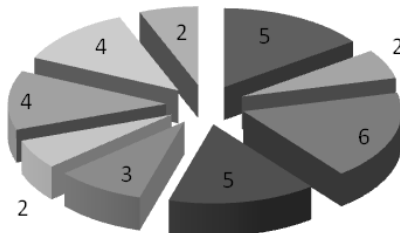


Рис. 2. Тематична структура інформаційних потреб користувачів відділу літератури з мистецтва Івано-Франківської ОУНБ ім. І. Франка

У зв'язку з незадовільною економічною ситуацією в останні роки кількість надходжень періодичних видань суттєво зменшилася, тому на запитання «Чи звертаєтеся Ви за періодичними виданнями до відділу літератури з мистецтва?» більшість респондентів (20) зазначили, що не звертаються, 15 опитаних назвали журнали, якими часто користуються: «Артанія», «Кіно-Театр», «Мистецтво та освіта», «Музейний простір», «Музика», «Пам'ятки України», «Українська культура», «Український театр», «Ідеї вашого дома», «Искусство кино», «Красивые квартиры», «Музыкальная жизнь»; 15 опитаних не надали відповіді на це запитання.

Важливо, що на думку партнерів бібліотеки фонд відділу літератури з мистецтва укомплектований достатньо, оскільки на запитання «Яких видань у відділі немає, а вони б Вам знадобилися (вказіть назву)?» отримано лише дві відповіді: «Каталог-альманах III виставки Спілки праці українських образотворчих митців 1942 р.» (Львів, 1943), книга Г. Д. Робертса «Шантарам» (художня література).

Аналіз причин незадоволеного попиту дозволив з'ясувати, що користувачі не змогли отримати необхідні видання, тому що: книга була видана на руки іншому користувачеві — 11; відсутня у фонді — 10; інше — 3.

Серед відповідей на запитання анкети «Що можна зробити для поліпшення обслуговування читачів періодичними виданнями в бібліотеці?» (надавалося кілька варіантів відповідей) більшість респондентів обрала варіант «дозволити фотографування окремих статей» — 25; організувати постійну виставку цікавих публікацій — 18; видавати газети і журнали додому — 15; інше — 3.

Щодо одного з варіантів відповіді на це запитання — «видавати газети і журнали додому», то потрібно зауважити: акція «Крок до читача», проведена відділом літератури з мистецтва в серпні-вересні 2014 р., засвідчила, що послуга отримання додому архівних періодичних видань є популярною серед читачів.

Однією з умов успішного рекламування та просування продуктів і послуг сучасної бібліотеки є її видавнича продукція. За результатами соціологічної розвідки з'ясовано, чи потребують працівники закладів культури інформаційних видань ВЛМ ОУНБ ім. І. Франка: збірник інтерв'ю «Гості літературної-мистецької вітальні» постійно використовують у своїй професійній діяльності 13 респондентів; пам'ятки користувачеві до ювілеїв митців з різних жанрів мистецтва — 13; мультимедійні презентації — 11; інформаційні бюлетені «Мистецька палітра» — 9; «Музичний арсенал» — 4; буклети «Світлина робіт

митців» — 7; «Календар знаменних і пам'ятних дат визначних митців з різних жанрів мистецтва» — 2.

У результаті аналізу відповідей респондентів на запитання анкети «Чи хотіли би Ви отримувати послуги бібліотеки з індивідуального інформування?» долучено 15 нових абонентів індивідуального інформування з таких тем: нова література з мистецтвознавства (2); нові книги, збірки п'єс, статті про театр, масові видовища, народні гуляння, вірування, режисуру та режисерів, театральні новини (2); новинки нотних видань (2); нові надходження музичної тематики, музичне мистецтво (2); театр ляльок, телебачення, шоу-бізнес; новинки психологічної літератури, мистецьких презентацій; історія сакрального мистецтва Прикарпаття; сучасне мистецтво Прикарпаття; творчість художника Богдана Губалія; нова інформація про Ірину Шухевич, Омеляна і Ярослава Масляків, Володимира Ласовського. Двадцять респондентів хотіли б отримувати індивідуальну інформацію під час безпосереднього відвідування бібліотеки, шістьнадцять — через електронну пошту та соціальні мережі, двоє — по телефону.

Респонденти, — працівники закладів культури, — незважаючи на свою зайнятість, знаходять час відвідати масові заходи, які організовує бібліотека. Шестеро респондентів часто відвідують масові заходи, 29 — іноді, 11 — не відвідують, четверо вказали контакти для отримання анонсів бібліотечних заходів.

Серед названих у результаті анкетування пропозицій щодо напрямів поліпшення роботи відділу літератури з мистецтва можна виокремити такі: не зменшувати кількості передплачуваних періодичних видань; розширити репертуар музичної періодики; удосконалити комплектування фаховою мистецтвознавчою літературою; не зменшувати кількості видавничої продукції відділу; організувати творчі зустрічі з композиторами; влаштовувати перегляд кінофільмів; збільшити промоцію та співпрацю із закладами культури міста. Більшість респондентів (16) написали схвальні відгуки про роботу відділу, яку вони вважають активною і цікавою.

Підсумовуючи, зауважимо, що соціологічне дослідження дозволило: визначити пріоритетні напрями роботи відділу; виявити ступінь зацікавлення партнерів у корпоративній співпраці; проаналізувати ефективність видавничої продукції відділу; збільшити кількість абонентів індивідуального інформування (на 15 осіб); розширити коло абонентів для інформування про заходи, які відбуваються в бібліотеці (4); з'ясувати ставлення респондентів до роботи відділу та його

окремих інформаційних продуктів та послуг. Серед напрямів поліпшення роботи відділу визначено такі: збільшення репертуару періодичних видань; у процесі організації комплектування фонду — більша орієнтація на результати незадоволеного читацького попиту; під час планування випуску друкованої продукції відділу — урахування побажань користувачів; частіше проведення мистецьких музичних заходів та зустрічей з композиторами; перегляди кінофільмів; удосконалення та рекламування партнерських взаємин з працівниками закладів культури.

У 2015 р. відділ літератури з мистецтва Івано-Франківської ОУНБ ім. І. Франка став учасником всеукраїнського дослідження «Читацькі запити на літературу з питань мистецтва та стан їх задоволення в бібліотеках України», яке здійснювала Одеська національна наукова бібліотека ім. М. Горького спільно з Державним спеціалізованим видавництвом «Мистецтво» відповідно до плану роботи Міністерства культури України на 2015 р.

Мета дослідження — вивчення читацького попиту на літературу мистецтвознавчої тематики та стану його задоволення в публічних бібліотеках України. У процесі дослідження: визначено мотиви звернення користувачів до видань з питань мистецтва; виявлено види видань та теми, що найбільше затребувані користувачами; з'ясовано назви видань, найпопулярніших серед читачів; проаналізовано стан укомплектованості фонду розділу «Мистецтво. Мистецтвознавство» за хронологічними, типологічними та мовними ознаками.

Об'єкт дослідження — користувачі бібліотек, документний фонд розділу «Мистецтво. Мистецтвознавство». Предмет дослідження — читацькі запити на літературу з питань мистецтва, стан їх задоволення, стан фонду розділу «Мистецтво. Мистецтвознавство».

Учасниками дослідження були: Волинська обласна універсальна наукова бібліотека ім. Олени Пчілки; Івано-Франківська обласна універсальна наукова бібліотека ім. Івана Франка; Київська публічна бібліотека ім. Лесі Українки; Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. П. Котляревського; Харківська обласна універсальна наукова бібліотека; Херсонська обласна універсальна наукова бібліотека ім. Олеса Гончара; Чернігівська обласна універсальна наукова бібліотека ім. В. Г. Короленка.

Поставлені в дослідженні завдання виконані за допомогою анкетування та статистичного методу. Дослідження передбачало три етапи: на першому — розповсюджено й опрацьовано 150 анкет серед користувачів бібліотеки, котрі цікавляться літературою з питань мистецтва;

на другому етапі складено список видань з питань мистецтва, на які користувачам відмовили в період з 2013 по 2015 рр. Складаючи список видань, указували П. І. Б. автора, назви видання і видавництва, рік видання. На третьому етапі заповнювалася таблиця «Надходження документів з питань мистецтва до бібліотечного фонду». Для цього документи розділу «Мистецтво. Мистецтвознавство» переглядалися в ручному режимі (ДЕВІЗУ), і відомості про кожне видання вносилися до робочої таблиці. Узагальнені статистичні дані про фонд вносилися до сумарної таблиці. За результатами статистичного аналізу функціонування фонду літератури з мистецтва складено такі діаграми (рис. 3; 4; 5).

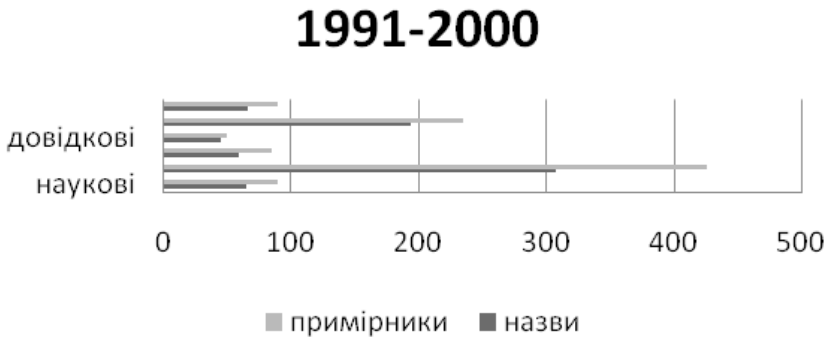


Рис. 3. Особливості типологічної структури нових надходжень до бібліотечного фонду відділу літератури з мистецтва ОУНБ ім. І. Франка в 1991–2000 рр.

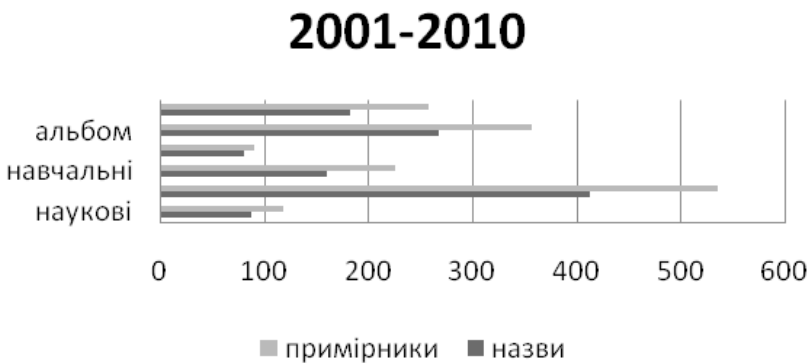


Рис. 4. Особливості типологічної структури нових надходжень до бібліотечного фонду відділу літератури з мистецтва ОУНБ ім. І. Франка у 2001–2010 рр.

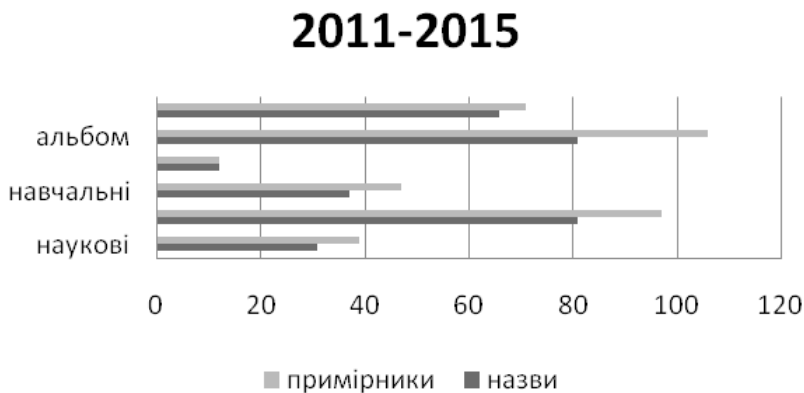


Рис. 5. Особливості типологічної структури нових надходжень до бібліотечного фонду відділу літератури з мистецтва ОУНБ ім. І. Франка у 2011–2015 рр.

Висновки. На сучасному етапі бібліотека має безліч можливостей і змінюється разом із суспільством загалом.

Нині розвиток масових комунікацій, розширення різноманітних форм дозволяють об'єктивно знижувати відвідуваність бібліотек. Можна стверджувати, що нові завдання бібліотек потребують змін в організації роботи, передусім, пов'язаних з комунікаційною репрезентацією інформаційних ресурсів з питань культури та мистецтва регіону. Дослідження тематико-типологічних особливостей інформаційних потреб користувачів фонду відділу мистецтва бібліотеками надає можливість розробляти й активно впроваджувати у свою діяльність численні інноваційні проекти, сприяє їх трансформації відповідно до вимог часу. Для повноцінної реалізації вищенаведеного одним з провідних напрямів діяльності сучасної бібліотеки повинен стати маркетинг, тобто вивчення раціональних способів комунікації між ринком (бібліотекою) і споживачем (читачем), систематична реклама своїх послуг, широка кооперація з культурно-мистецькими закладами й іншими організаціями регіону.

Подальші наукові розвідки будуть пов'язані з визначенням стратегій і завдань щодо формування культурно-мистецького середовища краю іншими ОУНБ України.

Список використаних джерел

1. Гроза О. Д. Відповідність діяльності обласної наукової бібліотеки запитам сучасного читача : за підсумками анкетування користувачів у відділах обслуговування Чернівецької ОУНБ / О. Д. Гроза // Імідж сучасної бібліотеки : зб. ст. / НПУ. — Київ, 2001. — С. 86–91.

2. Башун О. Змістовно-мовні потреби читачів Донецької області: подаються результати соц. дослідж. б-к Донеччини та узагальнення щодо змістовно-мовних потреб користувачів / О. Башун, Н. Супрунець // Бібліотечний форум України : інформ. журн. — Донецьк, 2006. — № 1. — С. 22–28.
3. Богуш Т. Структурні зміни між публічних бібліотек : [дослідження НПБУ] / Т. Богуш // Бібліотека і книга в контексті часу : зб. наук. ст. II міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 17-18 квіт. 2008 р. / НПБУ. — Київ, 2008. — С. 32–46.
4. Кисельова В. П. Зміни в організації краєзнавчого контенту на сайтах регіональних бібліотек у контексті рекомендацій наукових досліджень Національної історичної бібліотеки України / В. П. Кисельова, О. В. Михайлова, І. В. Чеховська // Місце і роль бібліотек у формуванні національного інформаційного простору : матеріали міжнар. наук. конф., м. Київ, 21-23 жовт. 2014 р. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. — Київ, 2014. — С. 66–70.
5. Любаренко Л. Науково-дослідна робота Національної парламентської бібліотеки України (1969-2009): стан та тенденції / Л. Любаренко // Бібліотечна планета: наук.-виробн. журн. — 2010. — № 1. — С. 9–13.
6. Мастіпан О. Стан забезпечення сільського населення бібліотечним обслуговуванням (попередні висновки дослідження) / О. Мастіпан // Бібліотека і книга у контексті часу : зб. наук. ст. VII всеукр. наук.-практ. конф., 17-18 квітня 2013 р., НПБУ, м. Київ. — Київ, 2013. — С. 51–57.
7. Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. Підвищення ефективності інформаційної діяльності наукової бібліотеки / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України ; ред. кол.: О. С. Онищенко (гол.) [та ін.]. — Київ, 2013. — Вип. 38. — 413 с.
8. Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. Вип. 40 / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, АБУ. — Київ, 2014. — 428 с.
9. Новальська Т. В. Український читач у бібліотекознавчих дослідженнях (кінець XIX-початок XXI ст.) : монографія / Т. В. Новальська. — Київ, 2005. — 250 с.
10. Організація соціологічних досліджень у бібліотеках : метод. поради / Нац. парлам. б-ка України ; [уклад.: В. І. Студенкова, Ю. А. Зборовський]. — Київ : НПБУ, 1995. — 44 с.
11. Петрова Л. Наукове осмислення соціально-економічних перетворень сучасної бібліотеки / Л. Петрова // Вісник книжкової палати: наук.-практ. журн. — Київ, 2005. — №7. — С. 12–14.
12. Ракитянська В. Соціальні функції публічних бібліотек у період трансформації суспільства (за матеріалами досліджень бібліотек Східної України) / В. Ракитянська // Бібліотека і книга в контексті часу : зб. наук. ст. II міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 17-18 квіт. 2008 р. / НПБУ. — Київ, 2008. — С. 110–117.

13. Ручка А. Культурний капітал сучасного українського соціуму: стан та особливості реалізації / А. Ручка // Бібліотечна планета: наук.-виробн. журн. — 2010. — №3. — С. 22–25.
14. Савіна З. Публічна бібліотека як об'єкт наукових досліджень / З. Савіна // Бібліотека і книга у контексті часу : зб. наук. ст. VII всеукр. наук.-практ. конф., 17-18 квітня 2013 р., НПБУ, м. Київ. — Київ, 2013. — С. 88–94.
15. Соціологічні дослідження в бібліотеках : інформ.-аналіт. бюл. Вип. 46 / уклад.: Т. Швачка, Л. Любаренко ; наук. ред. З. Савіна ; М-во культури України, Нац. парлам. б-ка України. — Київ, 2015. — 36 с.
16. Соціологічні дослідження в бібліотеках : (методика організації та проведення) / уклад. І. Є. Луцьова ; Дніпропетров. обл. універс. наук. б-ка. — Дніпропетровськ, 2006. — 99 с.
17. Українське бібліотечне читачезнавство: етапи становлення та перспективи розвитку / Т. В. Новальська // Книгознавство та книжкова справа у соціокультурному просторі України: досягнення та перспективи, 29-30 квіт. 2010 р. : програма наук.-практ. конф./ Укр. акад. друкарства. — Львів, 2010. — С. 6.
18. Цуріна І. Проблеми адаптації бібліотечної статистики до діяльності сучасної публічної бібліотеки / І. Цуріна // Бібліотека і книга у контексті часу : зб. наук. ст. VII всеукр. наук.-практ. конф., 17-18 квіт. 2013 р., НПБУ, м. Київ. — Київ, 2013. — С. 105–110.

References

1. Hroza O. D. Vidpovidnist diialnosti oblasnoi naukovoï biblioteki zapytam suchasnoho chytacha : za pidsumkami anketuvannia korystuvachiv u viddilakh obsluhovuvannia Chernivetskoï OUNB / O. D. Hroza // Imidzh suchasnoï biblioteki : zb. st. / NPBU. — Kyiv, 2001. — S. 86-91.
2. Bashun O. Zmistovno-movni potreby chytachiv Donetskoi oblasti: podaiutsia rezultaty sots. doslidzh. b-k Donnechyny ta uzahalennia schodo zmistovno-movnykh potreb korystuvachiv / O. Bashun, N. Suprunets // Bibliotechnyi forum Ukrainy : inform. zhurn. — Donetsk, 2006. — # 1. — S. 22-28.
3. Bohush T. Skladovi imidzhu publichnykh bibliotek : [doslidzhennia NPBU] / T. Bohush // Biblioteka i knyha v konteksti chasu : zb. nauk. st. II Mizhnar. nauk.-prakt. konf., m. Kyiv, 17-18 kvitnia 2008 r. / NPBU. — Kyiv, 2008. — S. 32-46.
4. Kyselova V. P. Zminy v orhanizatsii kraieznavchoho kontentu na saitakh rehionalnykh bibliotek u konteksti rekomendatsii naukovykh doslidzhen Natsionalnoi istorychnoi biblioteki Ukrainy / V. P. Kyselova, O. V. Mykhailova, I. V. Chekhovska // Mistse i rol bibliotek u formuvanni natsionalnogo informatsiinoho prostoru : materialy Mizhnar. nauk. konf., m. Kyiv, 21-23 zhovt. 2014 r. / NAN Ukrainy, Nats. b-ka Ukrainy im. V. I. Vernadskoho. — Kyiv, 2014. — S. 66–70.
5. Liubarenko L. Naukovo-doslidna robota Natsionalnoi parlamentskoï biblioteki Ukrainy (1969-2009): stan ta tendentsii / L. Liubarenko // Biblioteczna planeta: nauk.-vyrobn. zhurn. — 2010. — # 1. — S. 9-13.

6. Mastipan O. Stan zabezpechennia silskoho naselennia bibliotechnym obsluhovuvanniam (poperedni vysnovky doslidzhennia) / O. Mastipan // Biblioteka i knyha u konteksti chasu : zb. nauk. st. VII Vseukr. nauk.-prakt. konf., 17-18 kvitnia 2013 r., NPBU, m. Kyiv. — Kyiv, 2013. — S. 51-57.
7. Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho. Pidvyschennia efektyvnosti informatsiinoi diialnosti naukovoï biblioteky / NAN Ukrainy, Nats. b-ka Ukrainy im. V. I. Vernadskoho, Asots. b-k Ukrainy ; red. kol.: O. S. Onyschenko (hol.) [ta in.]. — Kyiv, 2013. — Vyp.38. — 413 s.
8. Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho. Vyp. 40 / NAN Ukrainy, Nats. b-ka Ukrainy im. V. I. Vernadskoho, ABU. — Kyiv, 2014. — 428 s.
9. Novalska T. V. Ukrainskyi chytach u bibliotekoznavchykh doslidzhenniakh (kinets XIX-pochatok XXI st.) : monohrafiia / T. V. Novalska. — Kyiv, 2005. — 250 s.
10. Orhanizatsiia sotsiolohichnykh doslidzhen u bibliotekakh : metod. porady / Nats. parlam. b-ka Ukrainy ; [uklad.: V. I. Studenkova, Yu. A. Zborovskiyi]. — Kyiv : NPBU, 1995. — 44 s.
11. Petrova L. Naukove osmyslennia sotsialno-ekonomichnykh peretvoren suchasnoi biblioteky / L. Petrova // Visnyk knyzhkovoi palaty: nauk.-prakt. zhurn. — Kyiv, 2005. — # 7. — S. 12-14.
12. Rakytianska V. Sotsialni funksiï publichnykh bibliotek u period transformatsii suspilstva (za materialamy doslidzhen bibliotek Skhidnoi Ukrainy) / V. Rakytianska // Biblioteka i knyha v konteksti chasu : zb. nauk. st. II Mizhnar. nauk.-prakt. konf., m. Kyiv, 17-18 kvitnia 2008 r. / NPBU. — Kyiv, 2008. — S. 110-117.
13. Ruchka A. Kulturnyi kapital suchasnoho ukrainskoho sotsiumu: stan ta osoblyvosti realizatsii / A. Ruchka // Bibliotekna planeta: nauk.-vyrobn. zhurn. — 2010. — # 3. — S. 22-25.
14. Savina Z. Publichna biblioteka yak ob'iekt naukovykh doslidzhen / Z. Savina // Biblioteka i knyha u konteksti chasu : zb. nauk. st. VII Vseukr. nauk.-prakt. konf., 17-18 kvitnia 2013 r., NPBU, m. Kyiv. — Kyiv, 2013. — S. 88-94.
15. Sotsiolohichni doslidzhennia v bibliotekakh : inform.-analit. biul. Vyp. 46 / uklad.: T. Shvachka, L. Liubarenko ; nauk. red. Z. Savina ; M-vo kultury Ukrainy, Nats. parlam. b-ka Ukrainy. — Kyiv, 2015. — 36 s.
16. Sotsiolohichni doslidzhennia v bibliotekakh : (metodyka orhanizatsii ta provedennia) / uklad. I. Ye. Lunova ; Dnipropetrov. obl. univers. nauk. b-ka. — Dnipropetrovsk, 2006. — 99 s.
17. Ukrainske bibliotekne chytacheznavstvo: etapy stanovlennia ta perspektyvy rozvytku / T. V. Novalska // Prohrama nauk.-prakt. konf. Knyhoznavstvo ta knyzhkova sprava u sotsiokulturnomu prostori Ukrainy: dosiahnennia ta perspektyvy, 29-30 kvit. 2010 r. / Ukr. akad. drukarstva. — Lviv, 2010. — S.6.
18. Tsurina I. Problemy adaptatsii biblioteknoi statystyky do diialnosti suchasnoi publichnoi biblioteky / I. Tsurina // Biblioteka i knyha u konteksti chasu : zb. nauk. st. VII Vseukr. nauk.-prakt. konf., 17-18 kvitnia 2013 r., NPBU, m. Kyiv. — Kyiv, 2013. — S. 105-110.

■ UDC 023(477.86); 351.852

Prystai H. I., Head of the Department of Art Literature, Ivano-Frankivsk Regional Universal Scientific Library named after Ivan Franko, external doctoral candidate, Kyiv National University of Culture and Arts, Ivano-Frankivsk

LIBRARY IN SHAPING THE CULTURAL AND ARTISTIC ENVIRONMENT OF THE REGION: THE RESULTS OF SOCIOLOGICAL STUDIES

This paper reports on research into the library environment of the 21st century as the key area of the proper organization of cultural and artistic processes. It is especially important to perform a thorough «restoration» of the integral image of the cultural and artistic environment, the comparison and critical assessment of all its components, as well as the regaining of the lost and the awareness of the deposited strains, the identification of the critical trends and prospects.

Research methodology. The questionnaire survey was conducted and the statistical method was used.

Results. It is shown that the important means of establishing feedback with the readers of the region are sociological studies aimed at the testing of their motivation and information needs, improving the quality of library collection and information services. The article provides the case studies and examples conducted by the Department of Art Literature of the Ivano-Frankivsk Regional Universal Scientific Library named after Ivan Franko during 2014-2015. Concrete recommendations on improving the communication representation of the information resources on culture and arts of the region by the library are given.

Novelty. The paper is the first attempt for substantiating the necessity of a thorough research into the satisfaction level of information services of the readers at the Department of Art Literature of the Ivano-Frankivsk Regional Universal Scientific Library named after Ivan Franko.

The practical significance. The ideas and suggestions expressed during the interviews have been recorded both electronically and in a handwritten format. Their analysis has led to the conclusions on the quality of the fund equipment, the efficiency of the Department, e.g. the initiated events, art projects, as well as the usefulness of its electronic and printed publications. The empirical basis for the generalization of the research results produces the copies of the respondents' reviews, who have agreed to their publication.

Key words: staff of cultural institutions, Ivano-Frankivsk Regional Universal Scientific Library named after Ivan Franko, Department of Art Literature, sociological research, research methods, questionnaires.

Надійшла до редколегії 01.02.2016 р.

■ УДК 002.2-053.2:655.24/.26](477)

О. В. Петренко, старший науковий співробітник, Книжкова палата України, м. Київ

ПРОБЛЕМА ЯКОСТІ ДРУКОВАНИХ ДИТЯЧИХ КНИГ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ЕДИЦІОЛОГІЇ

Описано базові теоретико-методологічні засади едиціології дитячої книги. Наведено відомості про роль основних комунікантів «дитячої літературно-видавничої комунікації». Окремо висвітлено питання внутрішньої і зовнішньої мотивації написання літературних творів для дітей. Розглянуто особливості редакційно-видавничого процесу створення сучасної української дитячої книги. Використано синергетичну методологію для визначення тенденцій в українському книговидаванні для дітей. Проаналізовано змістове та художнє наповнення масиву друкованих дитячих книг. Виявлено особливості формування репертуару та якості поліграфії сучасних дитячих книг в Україні.

Ключові слова: дитяча книга, едиціологія, автори, ілюстратори, видавці, редакційно-видавничий процес, якість поліграфії, державний облік видань.

О. В. Петренко, старший научный сотрудник, Книжная палата Украины, г. Киев

ПРОБЛЕМА КАЧЕСТВА ПЕЧАТНЫХ ДЕТСКИХ КНИГ В УКРАИНЕ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭДИЦИОЛОГИИ

Описаны базовые теоретико-методологические основы эдициологии детской книги. Приведены сведения о роли основных коммуникантов «детской литературно-издательской коммуникации». Отдельно освещены вопросы внутренней и внешней мотиваций написания литературных произведений для детей. Рассмотрены особенности редакционно-издательского процесса создания современной украинской детской книги. Использована синергетическая методология для изучения тенденций в украинском книгоиздании для детей. Проанализировано содержательное и художественное наполнение массива печатных детских книг. Выявлены особенности формирования репертуара и качества полиграфии современных детских книг в Украине.

Ключевые слова: детская книга, эдициология, авторы, иллюстраторы, издатели, редакционно-издательский процесс, качество полиграфии, государственный учёт изданий.

O. V. Petrenko, Senior Research Fellow, Department of State Standardization, National Book Chamber of Ukraine, Kyiv

ISSUES ON THE QUALITY OF PRINTED BOOKS FOR CHILDREN IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY EDITIOLOGY

The paper describes the basic theoretical and methodological foundations of editiology of children's books. The data on the role of key

communicators of «children's literary and publishing communication» are given. The issues of internal and external motivations in writing literary works for children are particularly highlighted. The author considers the specific features of the publishing and creation process of a modern Ukrainian children's book. The synergistic methodology is used to determine trends in the Ukrainian children's book publishing. The article analyzes the semantic and artistic content of the array of printed children's books. The features of the repertoire formation and the printing quality of modern children's books in Ukraine are unfolded.

Key words: children's book, editiology, authors, illustrators, publishers, editorial and publishing process, printing quality, state record-keeping of editions.

Постановка проблеми. Аналіз розвитку української друкованої дитячої книги в умовах активізації соціокомунікаційних трансформацій суспільства доводить, що створення книг для дітей — це складний редакційно-видавничий процес. **Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Загальні проблеми редакційно-видавничої справи неодноразово ставали об'єктами наукових досліджень українських книгознавців, таких як А. І. Барсук, А. О. Беловицька, М. А. Низовий, З. В. Партико. Зокрема, Г. М. Швецова-Водка запропонувала використовувати термін «едиціологія» стосовно науки, що вивчає історію, теорію, методику й організацію редакційно-видавничої справи. Проте досі не здійснено аналітичного огляду масиву сучасних друкованих дитячих книг на основі державного обліку друку дитячих книг, який постійно проводить Книжкова палата України, з урахуванням усіх головних факторів, що впливають на якість видань.

Найбільше теоретичних і практичних розвідок щодо зазначеної проблеми наявні в працях Е. Огар. Зокрема, аналізуючи особливості едиціології сучасної української дитячої книги, доречно базуватися на теоретико-методологічних засадах теорії соціальних комунікацій, які обґрунтовано в монографії «Дитяча книга в українському соціумі (досвід перехідної доби)» [4]. Частково використовуємо наукові здобутки науковця, котра наводить своє визначення «дитячої літературно-видавничої комунікації» та ґрунтуватимемося на категоріях теорії соціальної комунікації: комунікант (автор, виробник), реципієнт (дитина-читач), комунікат (дитяча книга як єдність інформаційної складової й оформленого відповідно до певного віку дитини матеріального носія).

Виклад основного матеріалу дослідження. Комунікантом у зазначеній комунікаційній системі є дорослий, котрий, залежно від мотивації та форми участі в технологічному процесі створення дитячої книги, може мати різні іпостасі — автор (упорядник, перекладач, адаптатор, художник-ілюстратор, дизайнер), видавець, посередник [4, с. 94, рис. 2 (б), 95]. Кожен комунікант, залежно від його ролі та

функцій у процесі підтримки комунікаційного акту, має власне бачення складової комунікаційного феномену, її змістового наповнення, способів реалізації творчих задумів автора та перспективи втілення твору в сучасній українській дитячій книзі.

Сучасна друкowana українська дитяча книга — складний системний об'єкт, який являє собою змістову та художню цілісність. За матеріально-конструктивним і художнім наповненням друкowana дитяча книга має відповідати певним вимогам. При цьому слід розглядати дитячу книгу як твір літератури й мистецтва та матеріальну субстанцію, яка сприяє оптимальному розповсюдженню і сприйняттю цього твору. Відповідно до текстового наповнення, літературна форма дитячої книги має бути виражена в колоритних та цікавих для дітей персонажах, художній виразній мові й удалому сюжетно-композиційному оформленні.

Що стосується дитячої книги як матеріальної субстанції, то її втіленням є структура видання, його формат, прийоми оформлення та шрифт, які повинні відповідати вимогам відповідної читацької аудиторії — дітям різних вікових категорій. Тому в матеріальній складовій сучасної друкowanej дитячої книги слід виокремлювати дві базові підсистеми — текстову й ілюстративну.

Достеменно відомо, що успіх або невдача тієї чи іншої дитячої книги залежить від багатьох чинників. Один з головних — наявність зворотного зв'язку в комунікаційній взаємодії «автор — читач». Найважливішою умовою продуктивності цієї комунікації є майстерність першого та зацікавленість другого.

У цьому контексті варто зауважити, що головну роль тут відіграє мотивація авторів. Саме для того, щоб якнайкраще реалізувати великі задуми, якісно виконати роботу, що зумовлена посадовими обов'язками, творча людина проявляє себе в написанні книг для дітей. Орієнтовними факторами мотивації для авторів є професійна і духовна потреби (хобі).

При цьому багато психологів стверджують, що зовнішня мотивація ніколи не може співвідноситися з внутрішньою. Внутрішня мотивація — це сукупність особистісних потреб, прагнень і рис характеру, які сприяють ефективному виконанню будь-якого завдання. Відмінність між зовнішньою та внутрішньою мотивацією можна проілюструвати на прикладі фраз «Мені потрібно» та «Я хочу». У першому випадку, я нічого не бажаю писати, проте цього потребують зовнішні обставини, в другому — мені зовсім нічого не потрібно, але я хочу писати. Утім сила внутрішньої мотивації часто переоцінюється — ресурсів лише внутрішньої мотивації може бути недостатньо для того, щоб якісно завершити справу. Саме тому під час написання дитячої

книги ідеальним є поєднання внутрішньої та зовнішньої мотивацій [6]. Це означає, що наявність в однієї творчої особистості одночасно двох потреб (професійної та духовної) потенційно підвищує ймовірність створення якісного літературного твору.

Досвідчені письменники та видавці стверджують, що написання книг для дітей є найскладнішою формою літературної творчості, оскільки діти не сприймають фальші й мають особливе світобачення [5]. Тому створити те, що їх захопить і порадує, надзвичайно складно.

Розмірковуючи над цією думкою, припускаємо, що значне зменшення репертуару (окрім фольклору) та тиражів української літератури для дітей протягом перших десяти років незалежності України, порівняно з останніми роками радянського періоду, навряд чи є показником збідності творчих інтересів українських дитячих письменників. Таку ситуацію можна пояснити, по-перше, фінансово-економічними негараздами під час переходу від одного способу життя до іншого; по-друге, кардинальною зміною світосприйняття та переосмисленням культурних цінностей українськими літературними авторами.

Що стосується останніх десяти років незалежності України, то серед письменників сучасної української дитячої книги трапляються імена «старих» і «молодих» авторів [7]. З творчістю кожної із цих категорій авторів більшою чи меншою мірою постійно ознайомлюються українські діти.

На початку XXI ст. «старі» автори майже не публікували нових творів, їхні імена частіше з'являлися в перевиданнях, ніж у нових книгах. Винятком можна назвати творчість В. Нестайка (котрий нині помер), який до 2014 р. активно писав нові твори і друкувався у видавництві «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» та дитячій періодиці. На превеликий жаль, пішли з життя метри української дитячої літератури: Д. Білоус, П. Глазовий, Є. Гуцало, О. Іваненко, В. Кава, А. Костецький, Я. Стельмах.

Водночас «молоді» автори — це не стільки нові імена, скільки нове покоління, яке тільки прийшло на зміну «старому», з новими критеріями й експериментальним духом, що надає можливості для творчої реалізації креативних ідей. Окремі дослідники української дитячої книги — У. Баран і Т. Качак — стверджують, що сучасні молоді автори «спричинилися до зміни канону української дитячої літератури, який містить у собі тепер якісно новий код імпліцитно життєлюбної та самоствердної незалежної особистості» [1].

Доцільно нагадати, що якість змістового наповнення будь-якої дитячої книги залежить не лише від першого її комуніканта — автора, а й від редактора та коректора цього видання. На жаль, нині в текстах

сучасних українських дитячих книг порівняно з радянським часом граматичних і стилістичних «огріхів» трапляється значно більше. Нова українська книга як для дітей, так і для дорослих суттєво відрізняється від традиційної книги радянських часів за змістом, метою та лінгвістичним наповненням текстів.

Упродовж 90-х рр. минулого століття на території України друкували дитячі книги, що переважно являли собою переклади з інших мов світу. Зазвичай, редагування й робота над текстами нерідко завершувалися відразу після «чорнового» перекладу тексту. Такі недоліки траплялися у виданнях ПП «Видавництва «Махаон-Україна»» і ТОВ «Перо». Також важливо зазначити, що ці видання навіть оформлювали відповідно до зарубіжного оригіналу. Вихід друком подібних дитячих книг був і швидшим, і дешевшим, а відповідно — рентабельнішим. Відтак можна навіть стверджувати про початок загального зниження рівня та якості дизайнерського професіоналізму.

На основі аналізу змістового наповнення сучасних українських дитячих книг, які надходили до Книжкової палати України починаючи з 2008 р., виявлено, що майже 50 % книжкових видань для дітей мають стилістичні та граматичні недоліки. Передусім це стосується перекладних видань, де слід виокремити переклади з російської мови. Так, у певних видавців (наприклад, ВКФ «БАО», ПП «Белкар-книга» й ін.) простежувалася тенденція непрофесійного перекладання російськомовних текстів на українську мову. Як наслідок, у дитячих книгах нерідко траплялися русизми й інші помилки, які зазвичай виникають під час аматорського перекладу.

Можна висловити припущення, що меркантильне бажання певних видавців максимально зекономити спонукало їх до співпраці з редакторами, котрі або не знали специфіки роботи з дитячими книгами, або взагалі не мали фахової освіти та необхідного досвіду. Власні спостереження за книжковим потоком, який надходив до Книжкової палати протягом останніх п'яти років, надають підстави стверджувати, що найбільше таких помилок зафіксовано в дитячих книгах, які надруковані видавцями та видавничими організаціями південно-східних регіонів України.

Використання синергетичної методології для визначення книговидавничих тенденцій в Україні надало змоги виявити тенденцію «випадковості» в діяльності багатьох сучасних видавців. Ідеться про відсутність чіткої асортиментної політики більшості видавництв, коли їх фінансова нестабільність призводила до неможливості утримання штату кваліфікованих працівників та планування й реалізації довгострокових проєктів.

На нашу думку, в Україні на початку 90-х рр. ХХ ст. тенденція «випадковості» частково була наслідком переходу від повної централізації книговидавництва до децентралізації, створення окремих кооперативних видавництв і численних невеликих недержавних фірм. Різні видавництва та видавничі організації виникали стихійно, і часто їх організовували люди, некомпетентні у видавничій справі. Зазвичай, такі підприємства не орієнтувалися на державні видавничі стандарти та правила. Це припущення ґрунтується на досвіді роботи в Книжковій палаті України й аналізові відповідної інформації у фаховій періодиці.

Часто в невеликих видавництвах за відсутності в їх структурі спеціалізованих відділів художнього оформлення художнє оформлення дитячих книг здійснювали позаштатні художники-оформлювачі низького фахового, творчого рівнів, звичайні друкарні складання та верстання їхніх видань виконували без належного видавничого оформлення. Більші видавництва, маючи складально-комп'ютерні підрозділи, запрошували до роботи програмістів (так званого «широкого профілю»), не обізнаних з нормами книговидавництва. Конструктивна форма книжкових видань здебільшого ставала їхньою прерогативою, причому програмісти виконували функції і технічних редакторів, не маючи необхідних знань і навичок з таких складних спеціальностей, як технічне редагування та конструювання книг. Художники працювали лише над елементами зовнішнього оформлення видань, а також підготовкою ілюстрацій до дитячих книг [10].

Складалося враження, що видавці прагнули захопити довірливе дитяче серце не так цікавою темою, як альбомом репродукцій на задану тему. Аналітичний огляд дитячих книг (виданих на початку ХХІ ст.) виявив таку особливість: примітивність тексту компенсувалася численними барвистими і яскравими малюнками, розміщеними поряд (тут не беруться до уваги книжечки для наймолодших). Тому на книжковому ринку і з'являлися невиразні, навіть антиестетичні за своїм художнім оформленням дитячі книжки. Одна з причин такої ситуації полягала в тому, що випускники поліграфічних ВНЗ не знаходили роботи у видавництвах, які зазвичай брали саме фахівців-комп'ютерщиків [4].

Безумовно, сучасна видавнича справа не може існувати без використання комп'ютерних технологій. Однак ілюстрація у виданнях для дітей, на наше переконання, має бути результатом безпосередньої роботи художника з полотном, а комп'ютерна обробка малюнків повинна ставати завершальним етапом роботи з ілюстративним матеріалом. Результати власного дослідження сучасної дитячої книжкової продукції свідчать, що близько 30 % видань містять ілюстрації, створені виключно засобами комп'ютерної графіки, і такі, що є результатом

діяльності художників-дилетантів. Ця ситуація пояснюється тим, що митці-професіонали зорієнтовані на інші, прибутковіші види діяльності — дизайн, рекламу тощо. Окрім того, ілюстрування книжкової продукції не може надати швидких прибутків — робота потребує значних витрат часу, а видавці-замовники здебільшого сплячують за друк одразу після видання. Так, ілюстрація в дитячій книзі нині поступово втрачає свою художню цінність [6]. Із важливого комунікаційного, естетичного та виховного засобу вона перетворюється на допоміжний візуальний ряд, який іноді може завдати психіці дитини невивірної шкоди, адже формує хибні уявлення про навколишню дійсність, спотворено (а нерідко й вульгаризовано) передає інформацію про кольори та форми.

Художній редактор видавництва «Місіонер» Ф. Лукавий стверджує: «Красива книга — це не абстрактне поняття. За нею стоїть робота. Це наука». Також слід погодитися з твердженням художника про те, що робота над книгою як системою передбачає три основні комплекси: художнє оформлення, конструктивно-композиційну організацію, ілюстрування [3]. Уважається, що талант художника визначається його відповідальністю за оформлення видання загалом. На нашу думку, до якісних книг належать більшість видань для дітей таких видавців, як ТОВ «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» (видавництво І. Малковича), ПП «Видавництво «Апріорі»», ТОВ «Грані-Т», ТМ «Пелікан» (видавничий проект для дітей від ТОВ «ВД «Фактор»») і ТОВ «Видавництво «Свічадо»».

Отже, «класична» форма дитячої книги має відповідати критеріям науки «книжкового мистецтва» завдяки належному набору тексту, якісній обкладинці, оптимальному формату, різноманітним елементам художнього оформлення та вдалому композиційному поєднанню образу й ритму текст із супровідними ілюстраціями. У якісній книзі простежуються розкриття теми, чистота думки, вишукана простота рішень, новизна в тексті.

Розмірковуючи над мистецтвом створення сучасної української дитячої книги в контексті органічного поєднання тексту, ілюстрації та поліграфічного оформлення, підсумуємо, що успіх видання в читачів багато в чому залежить від матеріальної якості самих книг. Тому для друку дитячих книг потрібно використовувати тільки високоякісний папір і якісну поліграфію, що є певним базисом для тривалого користування книгою та приємного читання. Проте, як свідчить практика, не всі видавництва дотримують видавничих і поліграфічних норм. Найчастіше ними нехтують приватні видавці, які інколи взагалі не знають про існування певних державних вимог до поліграфічного оформлення дитячих книг.

Дослідження книжкової продукції для дітей, виданої в Україні протягом останніх п'ятнадцяти років засвідчили, що певна частина друкованої продукції є візуально агресивним видавничим продуктом. Безпосередній огляд друкованих дитячих книг виявив, що значна частина дитячої книжкової продукції (до 50 %), представленої на українському ринку, має незадовільну якість та виготовлена без дотримання видавничих і санітарних вимог щодо цієї категорії товарів. Основними порушеннями вимог щодо якості дитячої книги нині є: друк видань для дітей на газетному папері, заниження розмірів як основного, так і додаткового шрифтів, збільшення довжини рядків та кількості переносів, друк текстового матеріалу на кольоровому тлі із завищеною оптичною густиною, друк основного тексту кольоровими фарбами, використання більше двох гарнітур шрифтів для основного або додаткового текстів. Зокрема, такі недоліки містяться в книгах ТОВ «ВКФ «БАО»» та ПМП «Промінь», оскільки більшість їхніх видань надруковані на неякісному папері та мають низький рівень поліграфії.

Висновки. За результатами дослідження виявлено, що майже 50 % сучасних книжкових видань для дітей мають стилістичні та граматичні помилки. Такий самий відсоток друкованих дитячих книг незадовільної якості та виготовлений без дотримання видавничих і санітарних вимог щодо цієї категорії товарів. Дослідження сучасної дитячої книжкової продукції свідчить, що близько 30 % видань містять ілюстрації, створені виключно засобами комп'ютерної графіки чи непрофесійними художниками.

Слід наголосити, що відповідальність за якість створення дитячих книг відповідальні всі, хто причетний до редакційно-видавничих процесів. Отже, проблема якості друкованих дитячих книг в Україні повинна стати обов'язковим завданням державної книговидавничої політики щодо формування та контролю за якістю видавничої продукції для дітей. Оскільки тривалий контакт дітей з книгами низької якості може призвести до того, що вони втратять інтерес до книг і читання.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні теорії, методики й організації редакційно-видавничої справи дитячих книг та формуванні майбутнього репертуару дитячих книг, відповідно до інформаційних потреб сучасних українських дітей.

Список використаних джерел

1. Баран У. Книжки для сучасних дітей / Уляна Баран, Тетяна Качак. — Режим доступу: <http://zbruc.eu/node/18187>. — Назва з екрана.
2. Лукавий Ф. Книга — творчий продукт / Федір Лукавий // Вісник Книжкової палати. — 2002. — № 4. — С. 3–4.
3. Намалюй мені баранця... : інтерв'ю з Я. Куцем / підгот. М. Солтис // Книжковий клуб+. — 2002. — № 12 (руд.). — С. 20–21.

4. Огар Е. Дитяча книга в українському соціумі (досвід перехідної доби) : монографія / Емілія Огар. — Львів : Світ, 2012. — 320 с.
5. Особливості оформлення дитячої літератури // Режим доступу: <http://knig.org.ua/osoblyvosti-oformlennya-dytyachoji-literatury.html>. — Назва з екрана.
6. Писательское мастерство — как научиться писать тексты правильно // Режим доступа: http://vk.com/topic-80608330_30751415. — Загл. с экрана.
7. Славова М. Дитяча книга — в дорозі чи в глухому куті? Про її сьогоденний соціокультурний стан / М. Славова // Бібліотечна планета. — 2001. — № 1 (11). — С. 38–39. — (Українська книга: європейський контекст).
8. Ткаченко К. До питання ролі художника-конструктора у сучасному книговиданні / Кость Ткаченко, Леонід Дикарев // Вісн. Книжкової палати. — 2001. — № 8. — С. 6–9.

References

1. Baran U. Knyzhky dlia suchasnykh ditei / Uliana Baran, Tetiana Kachak. — Rezhym dostupu: <http://zbruc.eu/node/18187>. — Nazva z ekrana.
2. Lukavyi F. Knyha — tvorchyi produkt / Fedir Lukavyi // Visnyk Knyzhkovoi palaty. — 2002. — № 4. — S. 3–4.
3. Namaliui meni barantsia... : intervii z Ya. Kutsem / pidhot. M. Soltys // Knyzhkovyi klub+. — 2002. — № 12 (hrud.). — S. 20–21.
4. Ohar E. Dytiacha knyha v ukrainskomu sotsiumi (dosvid perekhidnoi doby) : monohrafiia / Emiliia Ohar. — Lviv : Svit, 2012. — 320 s.
5. Osoblyvosti oformlennia dytiachoi literatury // Rezhym dostupu: <http://knig.org.ua/osoblyvosti-oformlennya-dytyachoji-literatury.html>. — Nazva z ekrana.
6. Pisatelskoye masterstvo — kak nauchitsya pisat teksty pravilno // Rezhim dostupa: http://vk.com/topic-80608330_30751415. — Zagl. s ekrana.
7. Slavova M. Dytiacha knyha — v dorozhi chy v hlukhomu kuti? Pro yii sohodenni sotsiokulturnyi stan / M. Slavova // Bibliotечna planeta. — 2001. — № 1 (11). — S. 38–39. — (Ukrainska knyha: yevropeiskyi kontekst).
8. Tkachenko K. Do pytannia roli khudozhnyka-konstruktora u suchasnomu knyhovydanni / Kost Tkachenko, Leonid Dykariev // Visn. Knyzhkovoi palaty. — 2001. — № 8. — S. 6–9.

■ UDC 002.2-053.2:655.24/.26](477)

Petrenko O. V., Senior Research Fellow, Department of State Standardization, National Book Chamber of Ukraine, Kyiv
o-petrenko@ukr.net

ISSUES ON THE QUALITY OF PRINTED BOOKS FOR CHILDREN IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY EDITIOLOGY

The aim of this paper is to analyze the semantic and artistic content of the array of printed children's books and provide an analytical overview

of the printed children's books based on state record-keeping of editions.

Research methodology. The analytical and synthetic method is used for studying the object, making it possible to receive primary information as a set of empirical claims. The synergistic methodology is used to determine trends in the Ukrainian children's book publishing.

Results. The paper describes the basic theoretical and methodological foundations of editiology of children's books. The issues of internal and external motivations in writing literary works for children are particularly highlighted. The author considers the specific features of the publishing and creation process of a modern Ukrainian children's book. The results indicate that almost 50% of current book publications for children have stylistic and grammatical flaws. The same percentage of the array of printed children's books has poor quality and is made without compliance with publishing and sanitary requirements for this category of products. The author concludes that the research stream of modern children's books give reason to believe that about 30% of publications containing illustrations are created exclusively by means of computer graphics artists or laypeople. The features of the repertoire formation and the printing quality of modern children's books in Ukraine are unfolded.

Novelty. The paper raises the issue on the major factors that affect the quality of publications for children. The data on the role of key communicators of «children's literary and publishing communication» are given.

The practical significance. The results of the empirical research have important implications for the systematization and organization of existing scientific information on the high-quality book art for children and monitoring all components relating to the editorial and publishing processes. The findings can contribute to the state policy of publishing.

Key words: children's book, editiology, authors, illustrators, publishers, editorial and publishing process, printing quality, state record-keeping of editions.

Надійшла до редколегії 09.02.2016 р.

■ УДК [021.4+021.7+027.08]:004.7 (477)

Л. Ф. Трачук, кандидат історичних наук, доцент, Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне

ЧИТАЧЕОРІЄНТОВАНІСТЬ ЕЛЕКТРОННИХ КАТАЛОГІВ ОБЛАСНИХ УНІВЕРСАЛЬНИХ НАУКОВИХ БІБЛІОТЕК УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ «БІБЛІОТЕКА 2.0»

Обґрунтовується необхідність урахування розробниками бібліотечних інформаційно-пошукових систем і бібліотекарями-бібліографами такої властивості електронних каталогів, як читачеорієнтованість. Подані результати аналізу електронних каталогів обласних універсальних наукових бібліотек України, доступних в інтернеті, з огляду на їх відповідність потребам сучасного користувача. На прикладі тестового бібліографічного пошуку відомостей про документи, що наявні у фондах бібліотек, охарактеризовані особливості електронних каталогів, створених в обласних універсальних наукових бібліотеках України за допомогою різних програмних засобів.

Ключові слова: читачеорієнтованість, електронний каталог, концепція «Бібліотека 2.0», обласна універсальна наукова бібліотека, бібліографічний пошук, веб-сайт.

Л. Ф. Трачук, кандидат исторических наук, доцент, Ровенский государственный гуманитарный университет, г. Ровно

ЧИТАТЕЛЕОРИЕНТИРОВАННОСТЬ ЭЛЕКТРОННЫХ КАТАЛОГОВ ОБЛАСТНЫХ УНИВЕРСАЛЬНЫХ НАУЧНЫХ БИБЛИОТЕК УКРАИНЫ В КОНТЕКСТЕ КОНЦЕПЦИИ «БИБЛИОТЕКА 2.0»

Обосновывается необходимость учёта разработчиками библиотечных информационно-поисковых систем и библиотекарями-библиографами такого качества электронных каталогов, как читателеориентированность. Представлены результаты анализа электронных каталогов областных универсальных научных библиотек Украины, доступных в интернете, с точки зрения их соответствия потребностям современного пользователя. На примере тестового библиографического поиска сведений о документах, имеющихся в фондах библиотек, охарактеризованы особенности электронных каталогов библиотек, созданных в областных универсальных научных библиотеках Украины при помощи различных программных средств.

Ключевые слова: читателеориентированность, электронный каталог, концепция «Библиотека 2.0», областная универсальная научная библиотека, библиографический поиск, веб-сайт.

L. F. Trachuk, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Rivne State Humanitarian University, Rivne

READER-ORIENTED ELECTRONIC CATALOGUES OF THE REGIONAL UNIVERSAL SCIENTIFIC LIBRARIES OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF «LIBRARY 2.0»

The author substantiates that the developers of library information retrieval systems and librarians-bibliographers should take into consideration reader-oriented electronic catalogues. The results of the analysis of electronic catalogues of the Regional Universal Scientific Libraries of Ukraine, available on the Internet, are set out from the perspective of their relevance to the needs of a modern user. Using the test bibliographic retrieval of the document records available in the funds of libraries as an example, the author characterizes the features of electronic catalogues established in the Regional Universal Scientific Libraries of Ukraine by means of various software tools.

Key words: reader-oriented electronic catalogue, «Library 2.0», Regional Universal Scientific Library, bibliographic retrieval, web site.

Постановка проблеми. Звіти та порожні зали бібліотек свідчать про значне зниження інтересу користувачів до фондів, інформаційних продуктів та послуг бібліотек, як традиційних, так і електронних. Зі збільшенням кількості комп'ютерів у населення, здешевленням підключення до мережі інтернет, удосконаленням її інформаційних пошукових систем бібліотеки перестали бути для користувачів єдиним джерелом інформації. Монопольну роль інформаційних центрів бібліотеки вже не відіграють: соціологічні опитування засвідчують, що необхідну інформацію користувачі шукають у мережі інтернет, не відвідуючи бібліотечних сайтів. Тому питання вдосконалення інформаційного обслуговування користувачів сучасної бібліотеки, задоволення інформаційних потреб наявних користувачів та залучення нових набули особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Українські та зарубіжні дослідники, застосовуючи різні підходи, акцентують на необхідності кардинальних трансформацій у процесі бібліотечно-бібліографічного обслуговування, пов'язуючи їх зі зміною концепції бібліотечної інформаційної діяльності. На їхню думку, нову якість обслуговування забезпечить комплексне впровадження нових методів і принципів взаємодії з користувачем та інформаційних технологій Веб 2.0 [8; 12], що дозволить перетворити бібліотеки на конкурентоспроможні організації на ринку інформаційних продуктів та послуг.

Технології Веб 2.0 позбавили бібліотеки монополії в інформаційній сфері, але вони також уможливають їх перехід на якісно новий рівень обслуговування користувачів. Така концепція бібліотечного

обслуговування дістала назву «Бібліотека 2.0», яку одним з перших в Україні охарактеризував Д. Солов'яненко [12]. Мета застосування цієї концепції — зацікавити користувача, який уже не сприймає бібліотеку як невід'ємну складову свого повсякденного життя. У новій концепції саме користувач оцінює якість інформаційного обслуговування, а ступінь задоволення його запитів є головним критерієм роботи бібліотеки [1].

Мета статті — розглянути вимоги, що висувуються до електронних каталогів у контексті концепції «Бібліотека 2.0», та з'ясувати рівень відповідності електронних каталогів обласних універсальних наукових бібліотек (ОУНБ) цим вимогам.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основою класичної бібліотеки був документний фонд, центром бібліотеки другого покоління є користувач. Здавалося б, ідея не нова — до неї зверталися у 20-30-х та 60-х рр. ХХ ст., коли дослідники писали про необхідність руху бібліотеки назустріч користувачеві [6], проте тоді вона не була повністю реалізована і проблеми між бібліотечними ресурсами й користувачем не були вирішені — відкритий доступ до фонду не набув поширення, існували спецфонди, послуги надавалися переважно в бібліотеці. Користувач повністю залежав від кваліфікації бібліотечного працівника, його комунікативних здібностей і загальної культури. Ознаками «Бібліотеки 2.0» є відкритий доступ до інформації та послуг, ефективний зворотний зв'язок, контент, який бібліотекар і користувач створюють спільними зусиллями.

Концепція «Бібліотека 2.0» з акцентом на потребах користувача пов'язана із сервісним підходом, розробленим В. В. Брежневою, згідно з яким однією зі стратегій розвитку бібліотеки є орієнтація на клієнта [2, с. 6], та процесно-орієнтованим підходом до управління бібліотекою, запропонованим О. Бруй, у якому головним принципом є клієнтоорієнтованість, який передбачає узгодження дій підрозділів бібліотеки стосовно формування характеристик та властивостей продуктів/послуг, необхідних споживачам [3].

«Керівництво ІФЛА щодо роботи публічних бібліотек» використовує термін «клієнт» замість «читач» чи «користувач» [9, с. 55]. Клієнтоорієнтованість — головна стратегія діяльності будь-якої сучасної організації чи підприємства, зокрема бібліотеки. Клієнтом бібліотеки є читач, користувач, тому поряд з терміном «клієнтоорієнтованість» існують «читачеорієнтованість», «читачецентризм», «користувачеорієнтованість». Саме читачецентризм — один з концептуальних принципів Української бібліотечної асоціації [7], а клієнтоорієнтований підхід став темою семінару-тренінгу «Маркетинг вашої бібліотеки: клієнтоорієнтований підхід», організованого ІФЛА, Російською

бібліотечною асоціацією та Російською державною бібліотекою в лютому 2013 р. [5].

Українські бібліотеки нині перебувають на початку розвитку читачецентричної концепції, а оцінка ефективності впровадження комп'ютерних технологій у бібліотечну діяльність ще тяжіє до констатації факту наявності електронних ресурсів, кількісних показників (комп'ютерів у бібліотеці, створених баз даних, унесених бібліографічних записів тощо), а не до аналізу рівня комфортності створюваних на їх основі електронних інформаційних ресурсів для користувачів. У зв'язку із цим дослідники застерігають від відходу до інфоцентричної та технологоцентричної моделей бібліотеки, які передбачають заміну властивих бібліотеці просвітницьких, морально-етичних, культурно-екологічних традицій інформаційно-технологічним раціоналізмом [11].

Один зі звичних користувачеві сервісів, електронний каталог, згідно з концепцією «Бібліотека 2.0», має перетворитися на якісний багатофункціональний веб-ресурс, корисний та адекватний інформаційним потребам не тільки відвідувачів бібліотеки, але й усіх користувачів інтернету. Слід зазначити, що до організації та пошукових можливостей електронних каталогів у читачів та дослідників немало зауважень. Зокрема, М. Є. Кальонов, котрий проаналізував електронні каталоги провідних бібліотек Росії, дійшов висновку, що жоден з них не призначений для пересічного користувача, не забезпечує повноти, точності пошуку інформації, комфортності роботи з каталогом [4]. Е. Р. Сукіасян неодноразово наголошував на недосконалості індексування документів в електронних каталогах, недоліках пошуку документів навіть за формальними ознаками [13].

На нашу думку, популярність віртуальних довідкових служб свідчить про складність методики пошуку в електронних каталогах бібліотек, доступних користувачам на веб-сайтах. Значну кількість запитів до бібліографів користувачі могли б задовольнити самостійно завдяки пошуку в електронних ресурсах бібліотек. Відвідувачеві бібліотеки допоможе черговий бібліограф-консультант, котрий або пояснить, як шукати інформацію в будь-якому каталозі чи картотеці, або знайде її сам. «Віртуальному користувачу» бібліотеки теж потрібна професійна допомога.

Електронні каталоги мережі інтернет мають бути призначені не для фахівців-бібліотекарів, а для масового користувача. Зрозуміло, що останній не в змозі самостійно осягнути професійної термінології пошукової інструкції, суті назв полів електронного каталогу. Нині споживач інформації звик до формулювання запитів у пошукових системах інтернету, тому і від пошуку в бібліотечних електронних

каталогах очікує простоти, порівнюючи його з пошуком, наприклад, у Google.

У зв'язку із цим посилюються вимоги до організації бібліотечних електронних каталогів, доступних через інтернет, крім характерних ознак каталогів першого покоління (наявність розгорнутої довідки з методики пошуку з конкретними прикладами та поясненнями щодо роботи в разі, якщо пошук не задовольнив, написаної без використання професійної бібліотечної термінології та термінів з інформатики; уточнення хронологічної глибини, типів, видів, галузевого складу відображених документів), вони повинні мати характеристики сервісу другого покоління, тобто концепції «Бібліотека 2.0».

Розширення функціональних можливостей електронних каталогів нового покоління можливе завдяки урізноманітненню їхнього змісту: додаванню до бібліографічних описів гіперпосилань на анотації, зміст збірника, зображення обкладинки, рецензії, повні тексти документів, коментарі читачів, додаткову рекомендовану літературу подібного змісту, жанру цього самого автора тощо [15]. Гіперпосилання мають пов'язати сторінки каталогу, розширити його пошукові можливості, що збільшить інтенсивність і ефективність звертання до нього.

Участь користувачів у формуванні електронних каталогів може виявлятися в додаванні до бібліографічних записів неконтрольованих ключових слів — тегів, які можуть відображати зміст запиту або бути функціональними. Адже класифікаційні схеми, тезауруси, авторитетні файли створюються бібліотекарями і не повністю відповідають запитам користувачів, тоді як теги відображають уявлення користувачів про зміст документів. Явище, коли зміст ресурсів відображається за допомогою переліку тегів, створених користувачами, називають фолксономією. Роль бібліотекаря в такому разі полягає в селекції, відфільтруванні й доповненні тегів за допомогою контрольованих словників та схем класифікацій [10].

Ознакою каталогу нового покоління є наявність віртуального особистого кабінету користувача як складової електронного каталогу. Він повинен надавати користувачеві можливостей одноразової авторизації для доступу до всіх функцій електронного каталогу; попереднього замовлення документів з варіантами вибору місця їх отримання; перегляду історії обслуговування (термінів здачі книг, заборгованості, історії видач і замовлень документів з можливістю повторного замовлення); формування так званого кошика користувача, за допомогою якого можна підібрати літературу з певної теми, роздрукувати список, оформити попереднє замовлення. Це дозволить користувачеві з будь-якого комп'ютера продовжити термін користування документами,

замовити й отримати електронні копії статей з фонду бібліотеки, бронювати необхідні документи на конкретні день і час [14].

Узагальнивши характеристики електронного каталогу, потрібні з погляду його читачеорієнтованості, ми провели дослідження, метою якого було виявити рівень читаче-, клієнтоорієнтованості сучасних електронних каталогів ОУНБ України. Для виявлення проблем пошуку в електронних каталогах здійснювався тестовий пошук творів авторства Остапа Вишні під назвою «Мисливські усмішки» та тематичний пошук «Гумор в українській літературі».

Результати аналізу 22 сайтів ОУНБ засвідчили, що з різних причин недоступними користувачам були електронні каталоги 7 бібліотек (32 %); серед функціонуючих електронних каталогів 53,3 % створені в програмному середовищі ІРБІС, 13,3 % — UniLib, 6,6 % — УФД/Бібліотека, в інших 4 каталогах (26,6 %) програмне середовище не ідентифіковане.

На деяких сайтах електронні каталоги розміщені не на головній сторінці, а в одному з численних розділів, що потребує додаткового часу на пошук, авторизації, яку можуть пройти лише зареєстровані в бібліотеці читачі. Уважаємо, що авторизований доступ доцільний у разі створення віртуального особистого кабінету користувача, однак жодний з аналізованих каталогів не надає такої послуги. Натомість у такому вигляді авторизований доступ і привілеї зареєстрованим у бібліотеці користувачам нівелюють мету створення веб-каталогів — масове інформування користувачів інтернету, залучення нових віртуальних користувачів без обмежень. Таким чином, веб-каталог, який спеціально створений для потенційних користувачів, котрі, можливо, і стали б постійними користувачами, надає їм можливості лише переглянути бібліографічні описи. Щоб сформувати елементарний список літератури чи замовити документи, їм усе одно необхідно відвідати бібліотеку і стати «повноправним» читачем. Отже, такий каталог не виконує своїх функцій.

Лише до одного електронного каталогу додавалася довідка з пошуку, написана зрозумілою, без спеціальних термінів, мовою, з конкретними прикладами (Чернігівська ОУНБ ім. В. Г. Короленка), проте в цьому каталозі зовсім не передбачений пошук за змістом документів (лише за автором та назвою). Майже в усіх каталогах немає вказівки щодо хронологічної повноти відображення документів (часто замість цього повідомляють, що каталог ведеться з певного року, що не тожто хронологічному охопленню), типо-видовий та галузевий склад документів (за винятком Рівненської ОУНБ).

Для електронних каталогів, створених у програмному середовищі ІРБІС, характерні три варіанти пошуку — стандартний, розширений

та професійний. До кожного виду є стандартна малоінформативна довідка. Натомість про те, як бібліотекарі формулювали ключові слова, звідки їх запозичили (зі змісту документа чи з бібліографічного запису), що надає пошук за «Словником», «ББК», «УДК», «ГСНТІ-навігатором», що означають і як розшифровуються ці аббревіатури, не йдеться. Тренуванням для розуму користувача є тлумачення окремих назв баз даних електронного каталогу (наприклад, «РІЦ» Дніпропетровської ОУНБ), указівок на місцезнаходження документа («ВО», «ВТЛ» тощо Сумської ОУНБ ім. Н. К. Крупської).

В електронному каталозі Хмельницької ОУНБ ім. М. Островського для пошуку пропонується поле «ББК», яке передбачає введення цифрового індексу цих таблиць класифікації, але на сайті вони не представлені, тобто користувач попередньо мав би здобути відповідні знання і лише тоді шукати інформацію. Для пошуку за змістом документів, крім зазначених ББК, УДК, ключових слів та предметних рубрик, в електронних каталогах використовуються ерзаци таблиць класифікації під назвами «Тематичний рубрикатор», «Пошук за темою», «Тематика пошуку», «Галузь» тощо, де пропонується перелік з 4-10 позицій, малоінформативних для користувача чи надто широких, щоб за ними можна було щось знайти.

Зазвичай, у каталогах не повідомляється про особливості написання прізвищ авторів — з ініціалами чи без, з комою після прізвища чи без неї. Лише методом тестування кількох варіантів удалося відшукати твори Остапа Вишні. У полі «автор» під час уведення прізвища виникає «випливаюча підказка» зі значеннями «Вишня», «Вишня, О.», «Вишня, Остап». Щоб знайти всі твори цього автора, наявні в бібліотеці, необхідно послідовно переглядати три списки літератури, відкидати дублетні документи, формувати єдиний список із трьох, що складно здійснити в межах електронного каталогу: у ньому список можна створити тільки за результатами одного пошуку. Крім того, в результатах пошуку трапляються документи, присвячені Остапу Вишні, та ті, де він був перекладачем (тобто не розділено поняття «автор» і «персоналія», «автор» і «перекладач»). Іноді навіть вибравши з переліку авторів запропоновану бібліотекою підказку («Вишня, Остап (1889-1959)»), отримуємо відповідь «За вашим запитом нічого не знайдено. Переконайтеся в коректності запити». Де і як переконатися, незрозуміло.

У разі пошуку за роком видання в одному з каталогів під час уведення у відповідному полі значення «2008» впливли підказки з наявними рубриками: 2008 [], 2008-2009, 2008 ? [], 2008 Укр. вид. спілка. Зрозуміти, що із цього необхідно вибрати, складно, а перебирати варіанти користувач не буде і, ймовірно, після першої невдалої спроби,

вийде з каталога. Підказки надають уявлення про можливі варіанти, але вони є не всюди, користувач часто і не знає, що причиною відповіді «нічого не знайдено» є відсутність не документа в бібліотеці, а, наприклад, коми після прізвища автора в пошуковому запиті.

Проаналізовані каталоги, крім зазначених вище полів, пропонують пошук за ключовими словами, які, як засвідчило дослідження, формуються не зі змісту документа, а зі слів у бібліографічному записі. Майже немає словників ключових слів та предметних рубрик (за невеликим винятком), що спонукає користувачів безуспішно формулювати запит у цих полях самостійно. У тих електронних каталогах, де словники наявні, немає уніфікації ключових слів: наприклад, окремими рубриками є «гумор», «юмор», «гумор, юмор, сатира», «юмор, гумор» тощо (Дніпропетровська ОУНБ); «гуморесками», «гуморески», «гуморист», «гумориста» (Рівненська ОУНБ).

У разі подання інформації про електронні каталоги здебільшого пропонується перелік баз даних, що містяться в каталозі (наприклад, база даних книг, база даних статей, база даних періодичних видань, документів на нетрадиційних носіях тощо), але одночасний пошук у всіх базах був можливий лише в електронному каталозі Херсонської ОУНБ ім. Олеса Гончара, в інших знайти одночасно книги, статті, документи на оптичних дисках, видання іноземними мовами тощо не вдалося.

Практично неможливо знайти в проаналізованих електронних каталогах книги іноземною мовою. Пошукове поле «мова», зазвичай, має тільки варіанти «українська мова» та «російська мова». Складається враження, що документів іншими мовами у фондах бібліотек немає. Виняток становлять ті нечисленні каталоги, де існує окрема база даних «Книги/Статті іноземними мовами», але і в її межах віднайти документи конкретною мовою неможливо.

Гіперпосилання між сторінками електронного каталогу є лише в окремих проаналізованих каталогах, створених у програмному середовищі ІРБІС (наприклад, у Вінницькій ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва). У всіх каталогах не передбачені коментування, тегування бібліографічних записів, зберігання історії пошуку для неавторизованих користувачів.

Висновки. У контексті концепції «Бібліотека 2.0» електронні каталоги бібліотек мають більше можливостей для «співтворчості» бібліотекарів і читачів з формування та розширення бібліографічних записів (завдяки коментарям, тегам, гіперпосиланням на рецензії, повні тексти документів тощо, зв'язуванню електронного каталогу з ресурсами інтернету — електронними бібліотеками, читацькими форумами, сайтами письменників, книголюбів та ін.).

Дослідження засвідчило, що електронні каталоги українських ОУНБ мають різні рівні читачеорієнтованості. Більшість каталогів ОУНБ України є малоорієнтованими на читачів, містять немало складнощів для отримання повної і релевантної інформації. Наведені вище проблеми є загальними як для локальних каталогів, так і для веб-каталогів, але останні в контексті концепції «Бібліотека 2.0» мають більше інструментів, щоб стати «дружнішими» для користувача. Однак у кількох бібліотеках досі немає веб-каталогів, в інших подається мінімальний набір пошукових можливостей, а деякі лише починають працювати над створенням моделі електронного каталогу нового покоління. Проблеми доступу до інформації в електронних каталогах повинні привернути увагу як бібліотекарів-бібліографів, так і інженерів-розробників автоматизованих пошукових систем. Перспективними напрямками подальших наукових розвідок є, на нашу думку, інтеграція бібліографічних та повнотекстових ресурсів бібліотек у мережі інтернет і залучення користувачів до цього процесу.

Список використаних джерел

1. Бібліотека 2.0 [Електронний ресурс] / стаття подгот. по матеріалам Лигун Т. А. с семинара «Вузовская библиотека в электронной среде управления знаниями». — Режим доступа: http://www.elibconsult.ru/page.jsp?pk=node_1273044288930 (дата обращения 10.06.2015). — Загл. с экрана.
2. Брежнева В. В. Сервисный подход как стратегия развития библиотеки, ориентированная на клиента / В. В. Брежнева // Науч.-техн. информ. Сер. 1, Орг. и методика информ. работы. — 2006. — № 9. — С. 6–12.
3. Бруй О. Процесно-орієнтована бібліотека: трансформаційна стратегія [Електронний ресурс] / О. Бруй. — Режим доступа: <http://www.slideshare.net/OksanaBruy1/bruy-process-orientedlibrary> 22112012 (дата звернення 10.06.2015). — Назва з екрана.
4. Каленов Н. Е. Электронные каталоги библиотек с точки зрения пользователя / Н. Е. Каленов // Б-ки и ассоциации в меняющемся мире. 9-я международ. конф. «Крым-2002». — М., 2002. — Т. 2. — С. 553–555.
5. Маркетинг вашей библиотеки: клиент-ориентированный подход [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.slideboom.com/presentations/713363/> (дата обращения 10.06.2015). — Загл. с экрана.
6. Новальська Т. Бібліотечне читачезнавство як складова спеціального бібліотекознавства / Т. Новальська // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. Книгознавство, бібліотекознавство та інформ. технол. — 2009. — Вип. 4. — С. 146–152.
7. Принципи [УБА] [Електронний ресурс]. — Режим доступа: <http://ula.org.ua/index.php?id=19> (дата звернення 10.06.2015). — Назва з екрана.
8. Пурник А. В. От Библиотеки к Библиотеке 2.0: новые методики построения системы / А. В. Пурник // Библ. дело. — 2011. — № 6. — С. 6–9.

9. Руководство ИФЛА по работе публичных библиотек. — 2-е изд. / ИФЛА, РБА ; сост. К. Кунц, Б. Габбин ; науч. ред. изд. на рус. яз. В. Р. Фирсов. — СПб. : Рос. нац. б-ка, 2011. — 183 с.
10. Серова О. В. Качество услуг в электронной среде и новые сервисы / О. В. Серова // Библиосфера. — 2009. — № 1. — С. 27–32.
11. Соколов А. В. Библиотечный авангард информационного общества [Электронный ресурс] / А. В. Соколов. — Режим доступа: http://www.gpntb.ru/ntb/ntb/2012/2/ntb_2_7_2012-%D1%81%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2.pdf (дата обращения 10.06.2015). — Загл. с экрана.
12. Солов'яненко Д. Библиотека 2.0: концепція бібліотеки другого покоління / Д. Солов'яненко // Бібл. вісн. — 2007. — № 5. — С. 10–21.
13. Сукиасян Э. Р. Практика каталогизации: повседневные проблемы и пути их решения. Статья 3 [Электронный ресурс] / Э. Р. Сукиасян. — Режим доступа: http://www.gpntb.ru/ntb/ntb/2011/2/ntb_2_9_2011-sukiasyan.pdf (дата обращения 10.06.2015). — Загл. с экрана.
14. Ушакова О. Б. От руководства чтением к клиентоориентированности: смена парадигмы (опыт технической библиотеки предприятия) [Электронный ресурс] / О. Б. Ушакова. — Режим доступа: http://www.gpntb.ru/ntb/ntb/2013/3/ntb_3_3_2013.pdf (дата обращения 10.06.2015). — Загл. с экрана.
15. Фесенко К. Тенденции развития электронных ресурсов и их влияние на читателей и библиотеки. Зарубежный опыт [Электронный ресурс] / К. Фесенко. — Режим доступа: <http://www.elbib.ru/index.phtml?page=elbib/rus/journal/2006/part3/Fesenko> (дата обращения 10.06.2015). — Загл. с экрана.

References

1. Biblioteka 2.0 [Elektronnyy resurs] / statia podgot. po materialam Ligan T. A. s seminara «Vuzovskaya biblioteka v elektronnoy srede upravleniya znaniyami». — Rezhim dostupa: http://www.elibconsult.ru/page.jsp?pk=node_1273044288930 (data obrashcheniya 10.06.2015). — Zagl. s ekrana.
2. Brezhneva V. V. Servisnyy podkhod kak strategiya razvitiya biblioteki. oriyentirovannaya na klijenta / V. V. Brezhneva // Nauch.-tekhn. inform. Ser. 1. Org. i metodika inform. raboty. — 2006. — № 9. — S. 6–12.
3. Brui O. Protseesno-oriientovana biblioteka: transformatsiina stratehiia [Elektronnyy resurs] / O. Brui. — Rezhym dostupu: <http://www.slideshare.net/OksanaBruy1/bruy-process-orientedlibrary> 22112012 (data zvernennia 10.06.2015). — Nazva z ekrana.
4. Kalenov N. E. Elektronnyye katalogi bibliotek s tochki zreniya polzovatelya / N. E. Kalenov // B-ki i assotsiatsii v menyayushchemsya mire. 9-ya mezhdunar. konf. «Krym-2002». — M., 2002. — T. 2. — S. 553–555.
5. Marketing vashey biblioteki: kliyent-oriyentirovanny podkhod [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa: <http://www.slideboom.com/presentations/713363/> (data obrashcheniya 10.06.2015). — Zagl. s ekrana.

6. Novalska T. Bibliotечne chytacheznavstvo yak skladova spetsialnoho bibliotekoznavstva / T. Novalska // Visn. Lviv. un-tu. Ser. Knyhoznavstvo, bibliotekoznavstvo ta inform. tekhnol. — 2009. — Vyp. 4. — S. 146–152.
7. Pryntsypy [UBA] [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <http://ula.org.ua/index.php?id=19> (data zvernennia 10.06.2015). — Nazva z ekrana.
8. Purnik A. V. Ot Biblioteki k Biblioteke 2.0: novyye metodiki postroyeniya sistemy / A. V. Purnik // Bibl. delo. — 2011. — № 6. — S. 6–9.
9. Rukovodstvo IFLA po rabote publichnykh bibliotek. — 2-e izd. / IFLA. RBA ; sost. K. Kunts. B. Gabbin ; nauch. red. izd. na rus. yaz. V. R. Firsov. — SPb. : Ros. nats. b-ka. 2011. — 183 s.
10. Serova O. V. Kachestvo uslug v elektronnoy srede i novyye servisy / O.V. Serova // Bibliosfera. — 2009. — № 1. — S. 27–32.
11. Sokolov A. V. Bibliotечnyy avangard informatsionnogo obshchestva [Elektronnyy resurs] / A. V. Sokolov. — Rezhim dostupa: http://www.gpntb.ru/ntb/ntb/2012/2/ntb_2_7_2012-%D1%81%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2.pdf (data obrashcheniya 10.06.2015). — Zagl. s ekrana.
12. Solovianenko D. Biblioteka 2.0: kontseptsiia biblioteki drugoho pokolinnia / D. Solovianenko // Bibl. visn. — 2007. — № 5. — S. 10–21.
13. Sukiasyan E. R. Praktika katalogizatsii: povsednevnyye problemy i puti ikh resheniya. Statia 3 [Elektronnyy resurs] / E. R. Sukiasyan. — Rezhim dostupa: http://www.gpntb.ru/ntb/ntb/2011/2/ntb_2_9_2011-sukiasyan.pdf (data obrashcheniya 10.06.2015). — Zagl. s ekrana.
14. Ushakova O. B. Ot rukovodstva chteniyem k kliyantooriyentirovannosti: smena paradigmy (opyt tekhnicheskoy biblioteki predpriyatiya) [Elektronnyy resurs] / O. B. Ushakova. — Rezhim dostupa: http://www.gpntb.ru/ntb/ntb/2013/3/ntb_3_3_2013.pdf (data obrashcheniya 10.06.2015). — Zagl. s ekrana.
15. Fesenko K. Tendentsii razvitiya elektronnykh resursov i ikh vliyaniye na chitateley i biblioteki. Zarubezhnyy opyt [Elektronnyy resurs] / K. Fesenko. — Rezhim dostupa: <http://www.elbib.ru/index.phtml?page=elbib/rus/journal/2006/part3/Fesenko> (data obrashcheniya 10.06.2015). — Zagl. s ekrana.

■ UDC [021.4+021.7+027.08]:004.7 (477)

Trachuk L. F., Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of Library Science and Bibliography, Rivne State Humanitarian University, Rivne
t_lulu@ukr.net

READER-ORIENTED ELECTRONIC CATALOGUES OF THE REGIONAL UNIVERSAL SCIENTIFIC LIBRARIES OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF «LIBRARY 2.0»

The aim of this article is to consider the requirements for e-catalogues in the context of «Library 2.0» and support the accordance level of e-catalogues of the Regional Universal Scientific Libraries of Ukraine.

Research methodology. The requirements to the e-catalogues in the context of «Library 2.0» have been elicited in the theoretical works of the Ukrainian and foreign researchers. The e-catalogues capabilities on the websites of the Regional Universal Scientific Libraries and their reader-oriented level have also been analyzed.

Results. The library web-catalogues have more capabilities for the «co-creation» of readers and librarians in forming and expansion of bibliographic records.

The study has showed that the web-catalogues of the Ukrainian Regional Universal Scientific Libraries are characterized with different reader-oriented levels. In a few libraries there are no web-catalogues. The minimum set of searching capabilities of the e-catalogues is given in the others. Some of the libraries embark on the first steps to model the e-catalogues of a new generation. The web-catalogues of a few public libraries are not reader-oriented enough; they contain many obstacles for the acquisition of complete and relevant information. The above-mentioned problems are common both for local catalogues and for the web-catalogues. «Library 2.0» has more tools to become more «friendly» for a user. The problems of accessing information in e-catalogues should be considered by both librarians-bibliographers and engineers-developers of the automatic search systems.

Novelty. The e-catalogues of the Regional Universal Scientific Libraries of Ukraine are put in context of their accordance to «Library 2.0».

The practical significance. Librarians can draw on the results of this study for the perfection of searching capabilities of library e-catalogues and increase the level of their accordance to the requirements of «Library 2.0».

Key words: reader-oriented electronic catalogue, «Library 2.0», Regional Universal Scientific Library, bibliographic retrieval, web site.

Надійшла до редколегії 16.02.2016 р.

■ УДК 007:304:655

Н. С. Подоляка, кандидат наук із соціальних комунікацій, Сумський державний університет, м. Суми

ВНЕСОК ХАРКІВСЬКОГО ВИДАВНИЦТВА «РУХ» (1921–1933) У ПОПУЛЯРИЗАЦІЮ УКРАЇНОМОВНИХ ВИДАНЬ

Розглянуто діяльність харківського видавництва «РУХ», яке діяло в Україні у 20-х рр. ХХ ст. Проаналізовано видавничу продукцію, представлену зокрема в «Каталозі видань кооперативного видавництва «РУХ» 1929 року». Виявлено її типолого-тематичну палітру. Висвітлено історичні процеси, які відбувалися у вітчизняному книгодрукуванні в період становлення радянської влади. Окреслено особливості функціонування видавництва на різних етапах редакційно-видавничого процесу: специфіку добору матеріалів до друку, роботу над зовнішнім оформленням і внутрішнім наповненням книг. Розглянуто внесок видавництва «РУХ» у популяризацію україномовних видань.

Ключові слова: видавнича справа, кооперативні видавництва, репертуар художньої літератури, редакційно-видавничий процес, популяризація україномовних видань.

Н. С. Подоляка, кандидат наук по социальным коммуникациям, Сумской государственной университет, г. Сумы

ВКЛАД ХАРЬКОВСКОГО ИЗДАТЕЛЬСТВА «РУХ» (1921–1933) В ПОПУЛЯРИЗАЦИЮ УКРАИНОЯЗЫЧНЫХ ИЗДАНИЙ

Рассмотрено деятельность харьковского издательства «РУХ», которое действовало в Украине в 20-х гг. ХХ в. Проанализировано издательскую продукцию, представленную, в частности, в «Каталоге изданий кооперативного издательства «РУХ» 1929 года». Выявлено её типолого-тематическую палитру. Освещены исторические процессы, которые происходили в отечественном книгопечатании в период становления советской власти. Определены особенности функционирования издательства на разных этапах редакционно-издательского процесса: специфика отбора материалов в печать, работа над внешним оформлением и внутренним наполнением книг. Рассмотрен вклад издательства «РУХ» в популяризацию украиноязычных изданий.

Ключевые слова: издательское дело, кооперативные издательства, репертуар художественной литературы, редакционно-издательский процесс, популяризация украиноязычных изданий.

N. S. Podoliaka, Candidate of Sciences in Social Communications, Sumy State University, Sumy

CONTRIBUTION OF THE KHARKIV PUBLISHING HOUSE «RUKH» (1921-1933) TO THE POPULARIZATION OF UKRAINIAN EDITIONS

The article considers the activities of the Kharkiv publishing house «Rukh» which functioned in Ukraine in the 20s of the twentieth century. Publishing production presented particularly in the «Catalogue of publications of the cooperative publishing «Rukh» 1929» is analyzed. The author reveals its typology and thematic palette. The article covers the historical processes that occurred in the national book publishing in the period of Soviet regime. The functioning features of the publishing house are outlined at different stages of the editorial and the publishing process: the specific selection of materials for printing, work on the external design and internal content of books. The contribution of the publishing house «Rukh» to the popularization of Ukrainian publications is explored. **Key words:** publishing, cooperative publishing, repertoire of fiction, editorial and publishing process, popularization of Ukrainian publications.

Постановка проблеми. В умовах різних форм і методів контролю за інтелектуальною власністю суспільства, коли радянська цензура охопила практично всі сфери культурного життя, а Головліт контролював книжкові фонди республіки, в царині українського друкованого слова активно діяло молоде харківське видавництво «РУХ». Через економічні й інші негаразди на початку 20-х рр. ХХ ст. бракувало потрібної кількості художньої літератури, творів молодих і талановитих українських письменників. На книжковий ринок України потрапляло немало книг «про Леніна та ленінізм», різних «бібліотечок комсомольця», біографій революційних діячів, антирелігійної літератури. Політика українізації хоча і сприяла ствердженню значення української книги, проте у видавничій справі переважала партійна, професійна, навчальна література. Радянська книга набула стабілізації змісту тільки в 1928–1929 рр., коли монопольним видавцем стало Державне видавництво України, а інші видавництва було спеціалізовано. Тому одним з постачальників якісної української художньої літератури було харківське видавництво «РУХ», яке популяризувало твори українських письменників-класиків, театральні п'єси й українську літературу для селян і робітників. Осмислення аналізу здобутків цього видавництва, досвіду формування ним українського інформаційного простору 20-х рр. ХХ ст. допоможе суттєво розширити бачення тих процесів, що відбувалися у видавничій справі в період становлення нової радянської держави.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. До питання особливостей розвитку книговидавничої справи в Україні у 20-х рр. ХХ ст.

зверталися сучасні вчені М. Тимошик [10], О. Яковлев [11], С. Кисельова [2], В. Молоткіна [6]. Діяльність окремих видавництв стала предметом розгляду науковців Л. Таран [9], Є. Костика [4], О. Левчук [5]. Джерельною базою дослідження можуть слугувати й архівні документи, зокрема матеріали Центрального державного архіву вищих органів влади та управління (Ф.167). Основою емпіричного дослідження став «Каталог видань кооперативного видавництва «РУХ» 1929 року» [1]. Важливим джерелом інформації є публікації харківських газет та журналів того часу, які містять бібліографію видань різних радянських видавництв [7]. Стисла довідкова інформація наявна й у виданні «Української радянської енциклопедії» 1963 р. [8]. Хроніку подій у видавничій справі 20-х рр. ХХ ст. розкривають також фахові журнали, зокрема публікації «Бібліологічних вістей» [3]. Зважаючи на важливість і актуальність теми, доцільно детально проаналізувати видавничі процеси, які відбувалися в період становлення радянської влади крізь призму діяльності кооперативного видавництва «РУХ».

Мета статті — дослідити діяльність харківського кооперативного видавництва «РУХ» як показового у виданні та популяризації україномовної художньої літератури у 20-х рр. ХХ ст.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кооперативне видавництво «РУХ» почало працювати з 24 грудня 1921 р. Відповідно до положень статуту, мало на меті «сприяти розвитку соціалістичних елементів української культури: а) шляхом видання українських книжок і інших видів друку; б) шляхом продажу їх» [1, с. 4]. Статут також зазначав умови вступу до організації: «У члени Видавництва можуть вступати особи, що поділяють мету Видавництва (§1) і дали згоду підлягати статуту, а саме: а) повнолітні чоловіки та жінки, б) різні інститути, артілі, товариства, спілки, які мають права юридичних осіб. Число членів необмежене. §11. Кожна особа, коли записується в члени, вносить Видавництву: а) вступний внесок у розмірі 25 коп. і б) пай у розмірі двох карб. і 50 коп.» [1, с. 4].

Видавництво мало свої книгарні, через мережу яких не тільки розповсюджувало продукцію, а й рекламувало її. Цікаво, що в каталозі літератури «Р» позначали розпродані книги, що тільки-но виходитимуть поновленими тиражами, а також ще не надруковані видання (на них не зазначали ціну). У книгарнях організовували й передплату збірок творів українських класиків. Оголошення каталогу видавництва за 1929 р. містить інформацію про передплату творів І. Франка (29 томів), В. Винниченка (23 томи), Б. Грінченка (10 томів), О. Кобилянської (10 томів), театральної бібліотеки, де були наявні 50 п'єс різних авторів [1, с. 78]. Книги надходили до бібліотек, шкіл, клубів і хат-читалень. Надавалася розстрочка виплат на рік. Надсилалися

книги накладною платою за бажанням передплатників або відразу всі, або по 3-4 книги щомісяця. Видавництво піклувалося про свого покупця. Надавалися бонуси на безплатну пересилку літератури, якщо замовлення перевищувало суму в 3 крб.

З початку існування видавництва на книгах позначався логотип: узагальнений образ робітника, котрий у піднятій руці тримає книгу, що випромінює сонячне сяйво. У сяйві — назва видавництва, позначена трьома великими літерами. Типовий для того часу символізм нагадує знамениту скульптуру робітника і колгоспниці в Москві. У 1930-х рр. логотип змінено: у колі — три літери назви видавництва на згорнутому сувої. Причини зміни невідомі.

«РУХ» видавав: серії «Бібліотечка української літератури для селянських і робітничих книгозбірень», «Франківська бібліотека», «Ілюстрована бібліотека для дітей», «Бібліотека українознавства»; бібліотеку історичних повістей і романів; популярну бібліотеку красного письменства; твори В. Винниченка — багатотомне видання, окремі оповідання, п'єси. У видавництві вийшла друком перша книга В. Гжицького «Трембітні тони» (1924 р.), твори Г. Хоткевича, Я. Мамонтова, А. Старицької-Черняхівської. У 1927 р. «РУХ» опублікував кілька томів творів О. Кобилянської, серед них — ювілейний 4-й том, присвячений 40-річчю літературної діяльності зі вступною статтею І. Лизанівського й автобіографією ювіляра.

Для кращого ознайомлення з творами, що будуть надруковані, в каталозі видавництва розміщували анотації з газетних рецензій та підручників. Наведемо один приклад: «На Україні Наддніпрянській появився письменник велетенської енергії, широкого розмаху діяльності, як і Франко, тільки меншого супроти Франка, літературного хисту. Це Борис Грінченко. Діяльність Грінченка в літературній галузі розпадається на три відділи: повість, лірику й драму. Скрізь автор заповняв ту чи іншу галявину, скрізь він сказав своє слово». (Ол. Дорошкевич. Підручник історії української літератури). Позиції авторів рецензій, що подавалися як анотації, сприяли популяризації україномовних видань. Тексти, насичені гіперболами, виразно підкреслювали значення українського письменства для народу.

Друк, як і книга — знаряддя освітнього впливу на широкі маси. Це добре розуміла більшовицька влада. Про проходження через цензурні кола свідчить примітка в каталозі: «Усі п'єси Вищий Науково-Репертуарний Комітет Відділу Мистецтв НКО УСРР до вистави дозволить» [1, 3].

Видавництву «РУХ» належить також незначна кількість підручників. Це, здебільшого, читанки (наприклад, О. Стешенко «Колоски життя»), обов'язково з позначкою «до вжитку в установах Соцвиху

дозволяється». Фундаментальний довідник «Коротка практична банківська й комерційна енциклопедія» Ю. Ясницького, надрукований у 1929 р., мав позначку: «термінологію і мову зрєдагувала Термінологічна Комісія Всеукраїнської Академії Наук».

Наукові видання здебільшого стосувались історії України. Це наукові збірники Харківської науково-дослідної кафедри історії України, «Нариси з української історіографії» М. Горбаня.

За час до першого жовтня 1928 р. видавництво опублікувало 317 назв книг накладом 1696000 примірників. Загалом 9417350 відбитків [1, 4].

Над оформленням книг працювали художники-фахівці. Зокрема, зібрання творів Івана Франка оформив С. Боровий. У багатьох книгах розміщували фронтисписи: портрети авторів творів. У колірній гамі переважали світлокоричневий, жовтий, червоний і чорний фони. Форматом 11x18 см видавалися кольорові портрети Івана Франка та Тараса Шевченка.

Особливості національної української культури відбилися в дизайні оправи книги І. Срезневського «Майоре-майоре!» (Харків, 1930). У червоно-чорних кольорах вишиванки на білому тлі аркуша під кутом подано назву й автора. Обкладинка третього тому творів Б. Грінченка має рослинні орнаменти, подібні до тих, які притаманні видатним художникам-графікам Г. Нарбуту та В. Кричевському. Такими ж декоративними елементами оформлено більшість книг з театральної бібліотеки.

Змістова структура видань нескладна: переважна більшість видавничої продукції складається лише зі службової й основної частин, але деякі книги, крім цих обов'язкових, мають вступну й заключну частини. Службова складова представлена всіма традиційними елементами, такими як: вихідні відомості, титульні елементи, колонцифра, колонтитул, зміст. До вихідних відомостей належать вихідні дані, розміщені в нижній частині лицьової сторінки титульного аркуша.

Структура титульних елементів переважної більшості видавничої продукції «РУХу» однакова: односторінковий титульний аркуш, на якому трьома горизонтальними блоками зазначені прізвище й ініціали автора, назва книги, іноді підзаголовкові дані, назва видавництва, місце видання й рік. Якщо книга виходила друком у серії — у надзаголовкових даних жирною лінійкою окреслювали назву серії та номер випуску. Іноді, якщо дозволяли фінансові можливості, долучали авантитул із зображенням логотипа в нижній частині книги чи контртитул, на якому зазначали: «Бібліографічний опис цього видання вміщено в «Літоп. Укр. Друку», «Картковому реперт.» та інших покажчиках Укр. Книжков. Палати». На звороті титульного аркуша зазвичай

містилися випускні дані: «З друкарні Р. С. У. В. О.», № замовлення і тираж. Жодних класифікаційних індексів чи анотованих каталожних карток тоді не існувало. Логотип містився не на кожному титульному аркуші. У текстовій частині майже всіх книг не було ілюстрацій, що пояснюється браком паперу і коштів.

У більшості видань видавництва зміст подано не в алфавітному порядку, часто взагалі не було, через що читачеві складно знайти цей довідково-пошуковий елемент.

Над основою видання працював колектив видавництва, саме вона потребувала найбільшої уваги всіх суб'єктів редакційно-видавничої роботи, передусім автора: насамперед від нього залежить успіх видавничого проекту. Але в логічному поданні матеріалу, поділові його на частини, певних акцентуаційних моментах важливе значення мають професіоналізм і досвід роботи редактора. Більшість видавничої продукції за складом основного тексту — збірники. Для цього виду видань важливо правильно підібрати й скомпонувати авторські тексти.

Оскільки видавництво друкувало переважно художні твори, то зауважень до основного тексту немає. Текст розміщували з виключкою посередині, рівномірно поділений на частини, а також з невеликими декоративними елементами. Дотримано від перших до останніх сторінок стримане оформлення серій.

Деякі тексти мають примітки наприкінці сторінки, відокремлені невеликою лінійкою. Шмуктитули невиразні: містять лише назви творів. У п'єсах примітки або зазначення руху дійових осіб виокремлюються курсивом. Папір частіше неякісний, пожовклий від часу.

У 1933 р. «РУХ» припинив свою діяльність. Спеціалізація видавництва потребувала концентрації функцій в окремих, підпорядкованих владі організаціях. Припинили діяльність приватні видавництва в багатьох регіонах України, що призвело і до згортання видання україномовних видань.

Висновки. Залежно від етапу розвитку суспільства, діяльність видавництва «РУХ» становить суттєву фактографічну базу україніки. Нині потребують детального вивчення матеріали Центрального державного архіву вищих органів влади й управління (Ф.167).

Харківському видавництву «РУХ» належать передусім твори тогочасних українських письменників та письменників-класиків, таких як В. Винниченко, Г. Хоткевич, Я. Мамонтов, А. Старицька-Черняхівська та ін. Жанровий доробок видавничої продукції репрезентує всі роди художньої літератури. Особлива увага приділялася виданню театральних п'єс. Меншим накладом друкувалися повісті та романи. Окрім того, видавництво працювало з навчальною, довідковою та науковою літературою.

Змістова структура видавничої продукції переважно нескладна: видання містять лише основний текст, титульні елементи та зміст. Структура титульних елементів типова й складається з односторінкового (згодом і двосторінкового) титулу, на якому трьома блоками зазначені прізвище та ім'я автора, назва видання, видавництво й рік видання. Під час поліграфічного відтворення видань редакція використовувала різноманітні шрифтові ансамблі, декоративні елементи та зображальні матеріали. Проте за браком паперу і коштів якість книги того часу не можна вважати високою.

Друковані видання, що виходили друком у 20-х рр. ХХ ст., спрямовували людську думку в напрямі суспільно корисної та державотворчої діяльності, були продуктом духовного виробництва, формували інтелект нації. Ринок книжкової продукції перебував у скрутному стані, проте видавництво змогло заповнити ту нішу, яка в царині української культури мобілізувала потребу в україномовній книзі. За несприятливих політичних умов видавництво припинило своє існування. Але ті книги, що вийшли друком у видавництві «РУХ», належать до категорії бібліографічних раритетів і слугують зразками якісної змістовної української книги.

Список використаних джерел

1. Каталог видань кооперативного видавництва «РУХ». — Харків : РУХ, 1929. — 80 с.
2. Кисельова С. Українське відродження ХХ ст., політика українізації та українське видавництво / С. Кисельова // Вісн. Кн. палати. — 2005. — № 12. — С. 46–49.
3. Кооперативність книговидавничих товариств: Хроніка // Бібліологічні вісті. — 1923. — Ч. 3. — С. 58; Ч. 4. — С. 113–114.
4. Костик Є. П. Створення та діяльність кооперативних видавництв в УСРР 1922–1930 рр. : автореф. дис. ... канд. іст. наук: 07.00.01 / Є. П. Костик ; Черкас. нац. ун-т ім. Б. Хмельницького. — Черкаси, 2006. — 20 с.
5. Левчук О. М. Розвиток кооперативного книговидання в Україні в кінці ХІХ — першій третині ХХ ст. (на прикладі Всеукраїнського кооперативного книговидавничого і книготорговельного товариства «Книгоспілка») : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08 / О. М. Левчук; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка ; Ін-т журналістики. — Київ, 2003. — 20 с.
6. Молотикіна В. К. Видавнича справа в Радянській Україні в 20-30-і роки ХХ ст. : автореф. дис. ... д-ра іст. наук: 07.00.01 / В. К. Молотикіна ; Держ. вищ. навч. заклад «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім. Г. С. Сковороди». — Переяслав-Хмельницький, 2012. — 44 с.

7. Праця видавництв на Україні // Червоний шлях. — 1924. — № 11–12 (20–21). — С. 265–273.
8. «РУХ» — українське радянське кооперативне видавництво // Українська радянська енциклопедія. Т. 12. — Київ, 1963. — С. 453.
9. Таран Л. В. Роль видавництв громадських об'єднань, кооперативних та приватних у випуску художньої літератури в Україні (перша третина ХХ ст.) / Л. В. Таран // Держава та регіони. Сер. «Соціальні комунікації». — 2012. — № 4(12). — С. 170–174.
10. Тимошик М. Історія видавничої справи : підручник / М. Тимошик. — Київ : Наша культура і наука, 2003. — 496 с.
11. Яковлев О. В. Особливості розвитку книговидавничої справи в Україні в 20-х роках ХХ ст. / О. В. Яковлев // Рукописна та книжкова спадщина України. — Київ, 2009. — Вип. 13. — С. 355–361.

References

1. Katalog vydan kooperatyvnoho vydavnytstva «RUKh». — Kharkiv : RUKh, 1929. — 80 s.
2. Kyselova S. Ukrainse vidrozhennia XX st., polityka ukrainizatsii ta ukrainse vydavnytstvo / S. Kyselova // Visn. Kn. palaty. — 2005. — № 12. — S. 46–49.
3. Kooperatyvnist knyhovydavnychkh tovarystv: Khronika // Bibliolohichni visti. — 1923. — Ch. 3. — S. 58; Ch. 4. — S. 113–114.
4. Kostyk Ye. P. Stvorennia ta diialnist kooperatyvnykh vydavnytstv v USRR 1922–1930 rr. : avtoref. dys. ... kand. ist. nauk: 07.00.01 / Ye. P. Kostyk ; Cherkas. nats. un-t im. B. Khmelnytskoho. — Cherkasy, 2006. — 20 s.
5. Levchuk O. M. Rozvytok kooperatyvnoho knyhovydannia v Ukraini v kintsi XIX — pershii tretyni XX st. (na prykladi Vseukrainskoho kooperatyvnoho knyhovydavnychoho i knyhotorhovelnoho tovarystva «Knyhospilka») : avtoref. dys. ... kand. filol. nauk: 10.01.08 / O. M. Levchuk; Kyiv. nats. un-t im. Tarasa Shevchenka ; In-t zhurnalistyky. — Kyiv, 2003. — 20 s.
6. Molotykina V. K. Vydavnycha sprava v Radianskii Ukraini v 20-30-i roky XX st. : avtoref. dys. ... d-ra ist. nauk: 07.00.01 / V. K. Molotykina ; Derzh. vyshch. navch. zaklad «Pereiaslav-Khmelnytskyi derzhavnyi pedahohichniy universytet im. H. S. Skovorody». — Pereiaslav-Khmelnytskyi, 2012. — 44 s.
7. Pratsia vydavnytstv na Ukraini // Chervonyi shliakh. — 1924. — № 11–12 (20–21). — С. 265–273.
8. «RUKh» — ukrainske radianske kooperatyvne vydavnytstvo // Ukrainaska radianska entsyklopediia. Т. 12. — Kyiv, 1963. — С. 453.
9. Taran L. V. Rol vydavnytstv hromadskykh obiednan, kooperatyvnykh ta pryvatnykh u vypusku khudozhnoi literatury v Ukraini (persha tretyna XX st.) / L. V. Taran // Derzhava ta rehiony. Ser. «Sotsialni komunikatsii». — 2012. — № 4(12). — S. 170–174.
10. Tymoshyk M. Istoriia vydavnychoi spravy : pidruchnyk / M. Tymoshyk. — Kyiv : Nasha kultura i nauka, 2003. — 496 s.

11. Iakovliev O. V. Osoblyvosti rozvytku knyhovydavnychoi spravy v Ukraini v 20-kh rokakh XX st. / O. V. Yakovliev // Rukopysna ta knyzhkova spadshchyna Ukrainy. — Kyiv, 2009. — Vyp. 13. — S. 355–361.

■ UDC 007:304:655

Podoliaka N. S., Candidate of Sciences in Social Communications, Sumy State University, Sumy
nadetchda_sum@mail.ru

CONTRIBUTION OF THE KHARKIV PUBLISHING HOUSE «RUKH» (1921-1933) TO THE POPULARIZATION OF UKRAINIAN EDITIONS

The aim of the article is to explore the activities of the Kharkiv cooperative publishing house «Rukh» and its contribution to the popularization of Ukrainian publications in the 20s of the twentieth century.

Research Methodology. The methodological basis is the logical and historical methods. The analytical and empirical methods are applied. The article provides an analysis of a multifaceted scientific work. The activities of the publishing house «Rukh» are treated as a substantial factual basis in the «Ukrainica» and the study needs to be further developed.

Results. It was found that the publishing portfolio of the Kharkiv publishing house «Rukh» consists of primarily the works by contemporary Ukrainian authors and classical writers such as V. Vinnichenko, Khotkevych G., J. Mamontov, A. Starytska-Cherniakhivska and others. The legacy of publishing products represents all sorts of fiction. The structural elements are common in the reference system. Special attention was paid to the external design of the book and its distribution and promotion. The publisher had its own bookstore and gave all the possibilities for the customer to receive a qualitative Ukrainian printed product.

Novelty. This paper proposes a new approach to put into circulation a new factual material based on the analysis of typological and thematic palette. The functioning features of the publishing house are outlined at different stages of the editorial and the publishing process: the specific selection of materials for printing, work on the external design and internal content of books published in the publishing house «Rukh» in the 20s of the twentieth century.

The practical significance. The evidence from this study suggests a variety of views on publishing in the period of Soviet regime. The results can be used for writing the textbooks on the regional history and the history of Ukraine.

Key words: publishing, cooperative publishing, repertoire of fiction, editorial and publishing process, popularization of Ukrainian publications.

Надійшла до редколегії 01.02.2016 р.

■ УДК 070 82.0-4(075.8)

О. О. Гусева, доктор філологічних наук, професор, Національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпропетровськ

НАРИС У ТВОРЧОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПИСЬМЕННИКІВ

Аналізуються характерні особливості одного з жанрів журналістики — художнього нарису. Підкреслюється, що сюжет нарису базується на зіставленні й протиставленні персонажів та певною мірою здійснюється за допомогою авторської оцінки описуваних фактів як публіцистичне дослідження. Образ автора-оповідача або автора-персонажа, котрий вивчає і пояснює побачені ним події і факти, доволі умовний. Нарисовець прагне проникнути в таємний зміст явищ дійсності, втілити думку в слові. При всій точності, достовірності зображення важливе відчуття цілого, його сенсу, сутності. Із цієї точки зору розглядаються подорожні нариси Олеся Гончара і Віталія Коротича.

Ключові слова: документалізм, достовірність, нарис, факт.

Е. А. Гусева, доктор филологических наук, профессор, Национальный университет имени Олеся Гончара, г. Днепропетровск

ОЧЕРК В ТВОРЧЕСТВЕ УКРАИНСКИХ ПИСАТЕЛЕЙ

Анализируются характерные особенности одного из жанров журналистики — художественного очерка. Подчеркивается, что сюжет его ослаблен, строится на сопоставлении и противопоставлении персонажей и в определенной степени осуществляется с помощью авторской оценки описываемых фактов как публицистическое исследование. Образ автора-повествователя или автора-персонажа, занятого изучением и разъяснением увиденных им событий и фактов, достаточно условный. Очеркист стремится проникнуть в сокровенный смысл явлений действительности, воплотить мысль в слове. При всей точности, достоверности изображения важно ощущение целого, его смысла, сущности. И с этой точки зрения рассматриваются путевые очерки Олеся Гончара и Виталия Коротича.

Ключевые слова: документализм, достоверность, очерк, факт.

O. O. Huseva, Doctor of Philological Sciences, Professor, Oles Honchar National University, Dnipropetrovsk

THE ESSAY IN THE WORKS BY UKRAINIAN AUTHORS

The article analyzes the characteristics of one of the oldest genres of journalism — the art essay. It is emphasized that its plot is weakened and is based on the comparison and contrasting of characters and to a certain extent is carried out as a journalistic investigation with the help of the author's assessment of the described facts. The bearer of this

assessment in the essay is the author's «I». The image of the author-narrator or author-character engaged in studying and explaining what events and facts he has seen is relative enough. The essayist tends to gain an insight into the hidden meaning of the phenomena of reality and embody thoughts into words. With all the accuracy and the credibility of the image it is important to perceive a sense of the whole, its meaning and essence. The travel essays by Oles Honchar and Vitaliy Korotych are considered from this perspective.

Key words: documentation, credibility, essay, fact.

Постановка проблеми. У творчості численних письменників нарис надзвичайно поширений. Для нього характерна постійна присутність на першому плані учасника, котрий пояснює, коментує, узагальнює події. Це надає нарисові публіцистичності, адже в ньому використовується саме той фактичний матеріал, який має внутрішній потенціал, можливість його втілення в документально подібну єдність. Сюжет нарису певною мірою розгортається за допомогою авторської оцінки описуваних фактів у стилі публіцистичного дослідження. Носієм такої оцінки є авторське «я».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Нарис — достатньо вивчений жанр, проте в останні роки йому приділялася незначна увага. Нині кількість нарисів, які друкуються на сторінках газет і журналів, зменшується. Не публікуються й дослідження, присвячені теорії та історії цього жанру. Він розглядається серед жанрів журналістики. Зокрема, така тенденція спостерігається в монографіях і підручниках останніх років. Наприклад, у підручнику В. Здоровеги «Теорія і методика журналістської творчості» є невеликий розділ «Художньо-публіцистичне відображення», в якому, поряд з іншими художньо-публіцистичними жанрами, розглядається й нарисовий. Характеризуючи нарис, дослідник слушно зауважив, що в художньо-публіцистичному тексті набуває важливого значення «художня деталь, промовиста подробиця, яка зумовлює відповідну картину, лаконічно характеризує певне політичне, психологічне явище» [6, с. 245]. У монографії І. Дяговця «Журналистская жанрология» [5] в одному з параграфів також стисло розглядаються основні жанрові різновиди нарису та його головні особливості. У монографії О. Глушка «Художня публіцистика: європейські традиції і сучасність» нарис відповідно до теми дослідження висвітлений докладно, однак таких праць нині обмаль. Говорячи про синкретичність нарису, в якому поєднуються аналітика та художнє осмислення дійсності, О. Глушко зазначає: «З одного боку, нарис дозволяє авторові виявляти серцевину досліджуваного явища. <...> З іншого — використовуючи багатство мовностилістичних, образних засобів, властивих художній літературі, нарисовець здобуває

унікальну можливість увиразнити написане...» [3, с. 69]. У підручнику «Теорія літератури» за редакцією О. Галича нарис визначається як «малый художньо-публіцистичний жанр, у якому автор зображує дійсні події та факти. Найчастіше нариси присвячуються відтворенню сучасних подій чи зображенню людей, яких особисто знав письменник» [1, с. 276]. Слід зазначити, що це приклади небагатьох згадувань про нарис у сучасних дослідженнях. **Мета статті** — актуалізувати інтерес до цього жанру, навівши такі його зразки, як подорожні нариси Олесь Гончара та Віталія Коротича, які нині вважають майже класичними.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зазначимо, що сучасного читача не цікавлять проблемні або моральноописові нариси. Проте «найстаріший» різновид жанру — подорожній нарис — і нині популярний, хоча й зазнав певних змін. Він часто є рекламним та майже втратив ознаки проблемності. Отже, розглянемо нариси, створені, так би мовити, за «класичними» зразками.

Один з найвидатніших українських прозаїків, Олесь Гончар створив немало цікавих нарисів. Це численні портретні нариси, такі як «Чарівниця» (1971), «Яблуновоцвітний геній України» (1981–1991), «Сурмач» (1971), «Столітній Панч» (1991) та ін. У творчому доробку письменника також подорожні нариси, наприклад, «Зустрічі з друзями» (1950), «Китай зблизка» (1951), «Крізь залізну завісу» (1955), «Берег його дитинства» (1960), «Японські етюди» (1961), «Орхідеї з тропіків» (1981), «Подорожі по Україні» (1983), «На землі Камоенса» (1985), «Відкриття Альберти» (1992) та ін., в яких митець розповідав про свої подорожі рідною країною або зарубіжжям.

Подорожній нарис завжди був цікавий читачеві, адже автор розкриває перед ним невідомі місця, нові країни, іноді екзотичні пейзажі, звичаї, зовсім інші побут і традиції. Таким нарисом є «Корида» (1986), в якій О. Гончар розповідає не стільки про саме дійство, скільки про його сприйняття незвичними до такого жорстокого видовища людьми. Гончарові описи відрізняються від аналогічних Е. Хемінгуея (як відомо, останній захоплювався коридом) або М. Волошина (який сприймав кориду дещо іронічно). У нарисі О. Гончара відчувається обурення кровожерливістю людей, котрі прийшли помилуватися вбивством. Зовсім інше враження справляє «Канівський етюд» з рисового циклу «Подорожі по Україні». О. Гончар із задоволенням спостерігає краєвиди, що відкриваються з вікна авто: «Всюди ж така краса. Життям буяє соковита зелень хлібів, садки та гаї» [4, с. 181]. Автор та його супутники відзначають і «сині зірочки волошок», і «жайвора в небі», і «перепілок у хлібах», і зелені ліси... «А кому не доводилось бачити справжніх темних урочищ, — говорить автор, — тому слід би поблукати по цих канівських байраках та крутоярах

або, опинившись десь у Холоднім Яру, відчутти неторканість землі, прохолоду джерел, відчутти подих зовсім близької хмари, що сутенясто й суворо пливе над тобою...» [4, с. 182]. Такі поетичні рядки супроводжують розповідь про відвідування могили Тараса Шевченка. У нарисі «Орхідеї з тропіків» О. Гончар майстерно описує далекий та екзотичний Таїланд. Письменник намагається максимально наблизити зображувані події до читача, надати якомога чіткішу та яскравішу «картинку», і це йому вдається. О. Гончар із цікавістю вивчає життя Бангкока й помічає, що вдень та вночі це ніби два різні міста: «Вдень місто живе діловим, сучасним життям, де ринуть і ринуть автомобільні й людські потоки, а нічний Бангкок — то вже світ особливий, де з'являються ніби інші люди. Ось вони юрмляться, гомонять у скверіку, перегукуються, щось печуть, смажать <...>; поруч майстри різьби пропонують вам дерев'яних слоників власного виробу, ще далі заклопотані віруючі запалюють ароматні палички сандалового дерева, щоб цими ритуальними пахощами та живими вінками виявити шану й послух своєму скромному Будді...» [4, с. 213]. Відвідав О. Гончар і тайську провінцію, де захоплювався розкішною природою. Письменник відзначає те позитивне, що він помітив, передусім — любов до книги, добрі звичаї, привітність і щирість людей, розвинене почуття прекрасного. Нариси Олеса Гончара різноманітні й, так би мовити, різнокольорові.

Слід зазначити, що в нарисах 60–70-х рр. набуває розвитку «сплав художнього, публіцистичного та дослідницького слова», авторські роздуми змушують замислитися й читача, хоча і цим нарисам, звичайно, притаманна політико-ідеологічна складова.

Книга нарисів В. Коротича «Мандрівка на край світу» (1972) є своєрідним творчим звітом письменника про подорожі країною (радше — її східними та південними регіонами). І розпочав їх автор з Хакасії («Високі сосни Хакасії»). Письменник роздумує над тим, як змінилася Хакасія за роки радянської влади, ступивши із XVII ст. одразу у XX. У душі традиційної радянської публіцистики автор захоплюється побаченим та оспівує людину праці, котра перетворила колись глухий край на квітучу республіку.

Наступна зупинка була в Хабаровську («Час, коли не полюють на соболів»). З ілюмінатора маленького літака письменник спостерігав тисячі гектарів та мільйони кубометрів лісу. Знову-таки, за традицією, він не жахався масштабами втручання людини в природу (хоча відзначає: «...мільйони кубометрів — це вже ліс порубаний, мертвий...» [7, с. 16]). У нарисі В. Коротич розповідає про життя села Арсенєвського та його мешканців-удегейців, згадує історію цього малого далекосхідного народу, описує його побут і традиції. Під час перебування

в селі письменник зустрічався з його мешканцями, котрі полювали і рибалили, збирали корисні трави та мед. Розповідь сповнена надійністю, впевненістю, усталеністю буття. З Хабаровського краю письменник потрапив на Камчатку («Звичайний серпневий сніг»). Незнайома природа вразила його, він згадує численні вулкани і гейзери. Коротич захоплений побаченим і не шкодує яскравих епітетів: гейзери — «незаймані, гомінкі, дивовижні», літо — «коротке, невловиме», тиша — «така, що вуха болять...» І тут, на Камчатці, письменник теж зустрічався з людьми — мисливцями, рибалками, оленярями, механізаторами, котрі розповідали про свої життя і працю. З Камчатки — на Чукотку, в Уелен, найсхідніший населений пункт СРСР, де вже своя екзотика, наприклад, моржеве й китове м'ясо, що є ласощами і для людей, і для тварин. Письменник розповідає і про стародавні традиції та звичаї цього суворого краю, і про хутряний промисел, і про народне мистецтво різьби. Автор, вивчаючи також умови життя і праці місцевих жителів, зазначає, що в Уелені «надзвичайно близько сходяться поезія, ремесло, відкриття й щоденна праця» [7, с. 42]. В. Коротич із захопленням пише про Далекий Схід і Північ, змальовуючи своєрідну ідилію та, згідно з правилами соціалістичного реалізму, «не помічаючи» численних недоліків у бутті населення віддалених регіонів країни.

У наступній главі описується інший край колись величезної країни — південь, Таджикистан («Старий, мудрий маяк»). І тут є своя екзотика: гори, невідомі звичаї, численні пам'ятки старовини... Узбекистан теж цікавий для подорожі («Земля між двома річками»). Письменник змальовує середньоазіатську природу з травами, очеретами, птахами вздовж нечисленних річок, мертву на перший погляд солончакову пустелю та далекі підгір'я на півдні. Звісно, відвідав В. Коротич і місто Навої, відбудоване «всім світом» після жакливого землетрусу, побував у стародавньому Самарканді, колишній столиці Тамерлана. «У пам'яті людства, — зазначає він, — це місто живе, рівнозначне з Вавилоном, Мемфісом чи Афінами» [7, с. 77]. Письменник із задоволенням «смакує» назви: «Самарканд», «мавзолей Тимура», «Гур-Емір», «Регістан»... І який опис Узбекистану можливий без розповіді про плов? Глава «Плов на спільному святі» містить дещо есеїстичну оповідь щодо цієї традиційної страви. Зазначимо, що В. Коротич зображує доволі милостиві картини життя в радянській Середній Азії, протиставляючи його існуванню людей десь в Афганістані або Пакистані (це одвічне протистояння «ми» і «вони», причому «ми» — краще за «них» і живемо, і працюємо). Відвідав письменник і Туркменію, про що написав у главі «Ковток води в пустелі». Тут, де розкинулися Каракуми, теж вирує життя: проведені канали, а відтак — вирощуються

хліб, бавовна, зеленіють сади... Проте пустеля не підкоряється, і автор із захопленням розповідає про «грандіозний проект, за яким ріки Сибіру можна повернути з Льодовитого океану до туркменських пустель, від чого неплодні піски стали б земним раєм» [7, с. 101]. Нині зрозуміло, від якого безрозсудного кроку вберегла країну доля, проте в той час пропаганда робила свою справу, і, можливо, публіцисти щиро вірили в розумність усього, що відбувалося в країні.

Книга нарисів В. Коротича «Кубатура яйця» (1976–1977) містить враження автора від поїздки до США. З перших сторінок він намагається показати типові риси американців та їх спосіб життя. Так, письменник відзначає, що однією з їх найголовніших якостей є «бажання <...> збагнути людське життя на два-три ходи вперед і сприйняти його в діловій перспективі <...>. Культ особистої ініціативи лишається незрушним, <...> і «селф мейд мен» <...> — офіційний ідеал...» [8, с. 4–5]. В. Коротич зустрічався з багатьма американськими студентами і помітив спільні риси в їхніх характерах. Насамперед це відсутність інфантилізму (адже «треба пробитися») та вміння добре рахувати і розраховувати. Утім, їм може бути властива й певна культурна обмеженість: так, пересічний студент факультету журналістики може не знати творчості нобелівського лауреата Хемінгуей, проте він знає, скільки йому платитимуть у тих чи інших виданнях після закінчення навчання. Як звичайний радянський громадянин, В. Коротич не осуджує американського способу життя, визнаючи таким чином право на власний вибір, тому що життя — «багатошарове, і належить зрозуміти його, бо воно проходить у сусідстві з нашим» [8, с. 17]. Глава «Дивні міста Нью-Йорка» розповідає про один з американських мегаполісів. Читач дізнається, що Нью-Йорк має кілька районів, кожний з яких завбільшки з європейське місто; це, звичайно, Квінс, Бруклін, Бронкс, Лонг-Айленд тощо. Однак автор не згадав Брайтона, де здавна селилися емігранти з Росії, а потім і Радянського Союзу (можливо, так позначився вплив самоцензури). В. Коротич відзначає, що в «Нью-Йорку гарно гостювати <...> — для самоосвіти, тому що найбільші з музеїв, абсолютна більшість театрів Америки, її найголовніші видавництва й газети, нарешті, магазини й барахолки розташовані тут» [8, с. 21]. Проте автор з'ясовує, що жити тут постійно сумно й складно: одвічна штовханина на центральних вулицях, набридливі розмови з людьми свого кола (та сама каста!), неможливість його покинути, оскільки одразу тебе забудуть, щоденна рутинна буття та певний автоматизм існування не сприяють достатньо оптимістичному настрою. Але Коротич відзначає, що Нью-Йорк — світле місто, тому ніколи не справляє монолітного враження. Про американський спосіб життя письменник говорить у главі «Американські будиночки» і зазначає, що в Америці

нечемна офіціантка, робітник, котрий палить цигарку в робочий час, п'яний, що знічев'я викликає «швидку», прогульник-студент «вилетіли б з американської центрифуги далеко на узбіччя, й ніхто б не озирнувся в їхній бік» [8, с. 39]. Чи не тому тривалий час Радянський Союз намагався «наздогнати й перегнати» Америку, та й так і не здогнав? Загалом, книга нарисів В. Коротича — це «міні-енциклопедія» американського життя, і якщо не зважати на ідеологічні штампи, вона надає достатньо повне уявлення про нього. В останньому нарисі книги розповідається про Каліфорнію — країну «сновидінь, край чудових доріг, фірми «Локхід», Діснейленду...» [8, с. 143], а ще — Хемінгуей, Фітцджеральда, Стейнбека, хіпі, нового американського кіно... Завершується книга есеїстичними роздумами про минуле й майбутнє країни, що тільки-но відкрилася авторові і куди він, як з'ясувалося пізніше, повертатиметься знову й знову.

Традиції подорожнього нарису формувалися не одне десятиліття, і трансформації принципово не змінили його жанрової природи, головне в якій — «потяг до Іншого» (О. Еткінд). І в центрі розповіді — автор, який висловлює своє ставлення до того, що бачить. С. Гандлевський при цьому вбачає відмінність між «письменником-екскурсоводом» і «гідом-журналістом»: перший, на відміну від останнього, «нерідко «загороджує» собою пам'ятки, заради яких, начебто, він пише книгу. Дивна річ, але саме ця дивина в хорошому письменникові й цінується» [2, с. 272]. Можливо, в цьому висловлюванні міститься певна гіпербола, проте слід визнати, що подорожні записки й нариси написані талановито, читати цікаво, причому це стосується не тільки зображуваного, але й особистості оповідача. Тому нарис не є дзеркальним відображенням дійсності, він — певна форма естетичної рефлексії на неї. І це ми простежили в нарисах О. Гончара і В. Коротича.

Висновки. Достовірність, документальність відтворення дійсності — найважливіші особливості поетики нарисової прози, яка передбачає пафос об'єктивного дослідження, значимість реального факту, дійсної події. Нині, коли спостерігається посилення інтересу до документалістики, можна сподіватися, що й нарис, зокрема подорожній, дещо видозмінившись, викликатиме певну зацікавленість потенційних читачів.

Список використаних джерел

1. Галич О. А. Теорія літератури : підручник / О. А. Галич, В. М. Назарець, Є. М. Васильєв ; за наук. ред. О. Галича. — 3-тє вид., стереотип. — Київ : Либідь, 2001. — 408 с.
2. Гандлевский С. Писатель и километраж / Сергей Гандлевский // Иностранная литература. — 2007. — № 12. — С. 271–272.

3. Глушко О. К. Художня публіцистика: європейські традиції і сучасність: монографія / О. К. Глушко. — Київ : Арістей, 2010. — 192 с.
4. Гончар О. Далекі вогнища: Нові твори / О. Гончар. — Київ : Рад. письменник, 1987. — 285 с.
5. Дяговец И. И. Журналистская жанрология : Учеб. пособ. для студ. ф-та «Журналистика» / И. И. Дяговец. — Донецк : Норд-Пресс, 2009. — 88 с.
6. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. — 3-тє вид. / В. Й. Здоровега. — Львів, 2008. — 276 с.
7. Коротич В. О. Мандрівка на край світу / Віталій Олексійович Коротич. — Київ : Молодь, 1974. — 103 с.
8. Коротич В. О. Кубатура яйця / В. О. Коротич // Коротич В. О. Твори в 2-х т. : т. 2: Проза, публіцистика. — Київ : Дніпро, 1986. — С. 3–147.

References

1. Halych O. A. Teoriia literatury: pidruchnyk / O.A. Halych, V.M. Nazarets, E. M. Vasyliiev; za nauk. red. O. Halycha. — 3-tie vyd., stereotyp. — Kyiv : Lybid, 2001. — 408 s.
2. Gandlevskiy S. Pisatel i kilometrazh / Sergey Gandlevskiy // Inostrannaya literatura. — 2007. — № 12. — S. 271–272.
3. Hlushko O. K. Khudozhnia publitsystyka: yevropeiski tradytsii i suchasnist : monografia / O. K. Hlushko. — Kyiv : Aristey, 2010. — 192 s.
4. Honchar O. Daleki vohnyshcha: Novi tvory / O. Honchar. — Kyiv: Rad. pismennyk, 1987. — 285 s.
5. Diagovets I. I. Zhurnalistskaya zhanrologiya : Ucheb. posob. dlya stud. f-ta «Zhurnalistika» / I. I. Diagovets. — Donetsk : Nord-Press, 2009. — 88 s.
6. Zdoroveha V. Y. Teoriia i metodyka zhurnalistskoi tvorchosti : pidruchnyk. — 3-tie vyd. / V. Y. Zdoroveha. — Lviv, 2008. — 276 s.
7. Korotych V. O. Mandrivka na krai svitu / Vitalii Oleksiiovych Korotych. — Kyiv : Molod, 1974. — 103 s.
8. Korotych V. O. Kubatura yaitsia / V. O. Korotych // Korotych V. O. Tvoty v 2-kh t. : t. 2: Proza, publitsystyka. — Kyiv : Dnipro, 1986. — S. 3–147.

■ UDC 070 82.0-4(075.8)

Huseva O. O., Doctor of Philological Sciences, Professor, Oles Honchar National University, Dnipropetrovsk
gusi_3@mail.ru

THE ESSAY IN THE WORKS BY UKRAINIAN AUTHORS

The aim of this paper is to revive the interest in the genre of the essay by giving such examples which can be considered almost classical, like travel essays by Oles Honchar and Vitaliy Korotych.

Research methodology. The systematic method is used, which made it possible to find clear criteria for the identification of the works of this genre.

The results. Different forms of thinking — conceptual and art — are synthesized in the essay. It determines their dual, syncretic nature. In the essay the art reality of the text is always clearly correlated with out-of-text. The actual narrative elements, the elements of the play, the statistical calculations and deployed author's journalistic judgments can coexist in it. This genre is always based on the facts, documents and real events. However, the essay is not a direct, mirror image of reality; it is a form of aesthetic reflection on it. And it is clearly seen in the essays by O. Honchar and V. Korotych.

Novelty. The results of the study enrich the existing scientific research of the genre of the essay; improve the understanding of the typology of the genre and the originality of the author's expressions of consciousness in it.

The practical significance. The results and conclusions may be used in the development of both general and special courses on the history of Ukrainian journalism.

Key words: documentation, credibility, essay, fact.

Надійшла до редколегії 01.02.2016 р.

РОЗДІЛ 2

**ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО
ТА ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ**

PART 2

**DOCUMENTATION AND INFORMATION
MANAGEMENT**

■ УДК 791.53(510)

І Цзя, Харківська державна академія культури, аспірант, Педагогічний університет, м. Сін І (КНР), викладач

ДІЯЛЬНІСТЬ СОЦІАЛЬНИХ ІНСТИТУТІВ КИТАЮ ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСТУПУ ДО КІНОДОКУМЕНТІВ

Обґрунтована важливість забезпечення доступу до кінодокументів соціальними інститутами, що здійснюють аудіовізуальне архівування. Висвітлена діяльність архівів, музеїв та бібліотек Китаю із забезпечення доступу до кінодокументів. Розглянуто національні особливості аудіовізуального архівування, що зумовлені певними історичними, економічними, соціокультурними та технологічними чинниками. Виявлено основні форми доступу до кінодокументів. Проаналізовано їх застосування соціальними інститутами Китаю. Визначена роль нових інформаційних технологій у забезпеченні доступу до кінодокументів.

Ключові слова: кінодокумент, доступ, онлайнвий доступ, архів, музей, бібліотека, аудіовізуальний архів, фільмотека, соціальний інститут.

И Цзя, Харьковская государственная академия культуры, аспирант, Педагогический университет, г. Син И (КНР), преподаватель

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СОЦИАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ КИТАЯ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДОСТУПА К КИНОДОКУМЕНТАМ

Обоснована важность обеспечения доступа к кинодокументам социальными институтами, которые осуществляют аудиовизуальное архивирование. Освещена деятельность архивов, музеев и библиотек Китая по обеспечению доступа к кинодокументам. Рассмотрены национальные особенности аудиовизуального архивирования, обусловленные определенными историческими, экономическими, социокультурными и технологическими факторами. Выявлены основные формы доступа к кинодокументам. Проанализировано их применение социальными институтами Китая. Определена роль новых информационных технологий в обеспечении доступа к кинодокументам.

Ключевые слова: кинодокумент, доступ, онлайнвый доступ, архив, музей, библиотека, аудиовизуальный архив, фильмотека, социальный институт.

Yi Jia, postgraduate student, Kharkiv State Academy of Culture, Xingyi Normal University For Nationalities (PRC), Lecturer

ACTIVITIES OF SOCIAL INSTITUTIONS OF CHINA TO PROVIDE ACCESS TO FILM DOCUMENTS

The importance of providing access to film documents by social institutions involved in audiovisual archiving is substantiated. The paper

highlights the activities of archives, museums and libraries in China to ensure access to film documents. The national peculiarities of audio-visual archiving, due to certain historical, economic, sociocultural and technological factors are considered. The main forms of access to film documents are identified. Their use by social institutions of China is analyzed. The role of new information technologies in providing access to film documents is defined.

Key words: film document, access, online access, archive, museum, library, audio-visual archives, film library, social institution.

Постановка проблеми. Завдяки технічним інноваціям кінця XIX ст. людство має можливість фіксації та збереження звука та рухомого зображення, що стало передумовою виникнення нового виду документа — кінодокумента, а відтак — і відповідних соціальних інститутів, які здійснюють його збір, збереження та забезпечення доступу до нього: архівів, бібліотек, музеїв. За даними ЮНЕСКО, у сучасному світі частка аудіовізуальної інформації становить близько 80 % від загального інформаційного потоку, що актуалізує проблему доступу до неї. Збереження й забезпечення доступу — два взаємопов'язані процеси, які визначають сутність діяльності соціальних інститутів термінальної документальної системи. Як зазначає відомий фахівець у галузі аудіовізуального архівування Р. Едмондс, «постійний доступ є метою збереження: без цього збереження не має жодної мети, а залишається самоціллю. Незважаючи на можливість практичних обмежень щодо збереження і доступу, не повинно бути штучних обмежень. Це відповідає положенням Загальної декларацією прав людини Організації Об'єднаних Націй (1948) і Конвенції з громадянських і політичних прав (1966). Кожен має рівні права і, як наслідок, право доступу до документальної спадщини — зокрема й аудіовізуальних документів» [9, с. 55].

У сучасному Китаї склалася система соціальних інститутів, які, відповідно до термінології Р. Едмондса, можна визначити узагальнюючим поняттям «аудіовізуальний архів» — «організація або відділ організації, що має права на забезпечення доступу до колекції аудіовізуальних документів та аудіовізуальної спадщини завдяки збору, управлінню, збереженню і розвитку» [9, с. 24]. Науковець зазначає, що їх організація характеризується різноманітністю. Деякі з них здійснюють архівування одного засобу комунікації, інші — декількох. Аудіовізуальними архівами можуть бути залежно від національних традицій як спеціалізовані архіви, так і бібліотеки, музеї. Оскільки кінодокумент є різновидом аудіовізуального документа, доцільно скористатися термінологією Р. Едмондса. Усе різноманіття форм аудіовізуальних

архівів наявне і в соціокомунікаційному просторі сучасного Китаю. Досвід їх діяльності щодо забезпечення доступу до кінодокументів не був предметом окремого дослідження, тому ознайомлення з ним є актуальним для наукової спільноти.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанню забезпечення доступу до аудіовізуальних документів у державних архівах України присвячені публікації та кандидатська дисертація Т. О. Ємельянової, котра визначає основні форми використання інформації: 1) користування аудіовізуальними документами (АВД) у читальному залі архіву; 2) публікація інформації АВД; 3) експонування АВД чи їхніх копій. Учена наполягає на важливій ролі довідкового апарату в забезпеченні інтелектуального доступу до АВД [2]. Проблеми організації і використання аудіовізуальних документів розглянуті в підручнику І. Г. Асфандіярової. Основними формами використання аудіовізуальних документів вона називає: підготовку інформаційних документів, фотодобірок, фотоальбомів; організацію фотовиставок, вечорів-зустрічей з громадськістю, екскурсій у державний архів, проведення лекцій і доповідей; публікацію кінофотофонодокументів, створення теле- та радіопередач, кінозбірок і програм прослуховування фотодокументів; надання документів дослідникам у читальному залі (переглядовому залі, кімнаті прослуховування), виконання тематичних запитів, видачу документів у тимчасове користування [1]. Технологічні аспекти щодо надання доступу до аудіовізуальних документів розкриваються в методичних матеріалах, які створюють окремі архіви. Так, у Правилах роботи державних архівів республіки Білорусь з аудіовізуальними документами визначено такі основні форми використання аудіовізуальних документів в архіві: інформаційне забезпечення користувачів (державних органів, інших організацій і громадян) згідно з їх запитом, а також в ініціативному порядку; надання документів користувачам для досліджень у читальному залі; організація виставок документів; використання документів у засобах масової інформації; проведення інформаційних заходів (екскурсій, зустрічей з громадськістю, презентацій, днів відкритих дверей, лекцій, доповідей, уроків для студентів і школярів, читацьких конференцій, кінолекторіїв, переглядів кінодокументів, прослуховування фонодокументів, виїзних ретроспектив з використанням архівних документів; видача документів у тимчасове користування; публікація документів у різних формах [3]. Р. Едмондс поділяє всі форми доступу на пасивні й активні (презентація, демонстрація) [9]. Слід зазначити, що в більшості праць викладено традиційні форми

організації доступу до аудіовізуальних документів, проблема доступу в новому комунікаційному середовищі майже не висвітлюється. Слід зазначити, що аудіовізуальні архіви Китаю нині мають значний досвід у організації доступу до кінодокументів, який може бути корисним для впровадження в Україні.

Мета статті — аналіз досвіду аудіовізуальних архівів Китаю з надання доступу до кінодокументів.

Вклад основного матеріалу дослідження. Передусім, слід зазначити, що аудіовізуальне архівування в Китаї має національні особливості, які зумовлені певними історичними, економічними, соціокультурними та технологічними чинниками. Соціальні інститути архівування кінодокументів виникли і розвивалися після утворення КНР, у якій ця діяльність набула державного статусу. Джерелом сталого розвитку більшості із цих установ є фінансова підтримка держави. Регулювання такої діяльності здійснюється на законодавчому рівні. Вплив історичного фактора виявляється і в тому, що китайський кінематограф представлений трьома «гілками»: кінематограф материкового Китаю, Тайваню та Гонконгу. Не менш важливим фактором, який визначає діяльність соціальних інститутів, дотичних до архівування кінодокументів, є політичний. Слід зважати на той факт, що КНР — соціалістична держава, в якій від часу її проголошення в 1949 р. правлячою є Комуністична партія. Усі соціальні інститути архівування кінодокументів — ідеологічні установи. Зміни курсу партії позначаються і на їх розвитку. Процеси демократизації суспільного життя, що почалися після 1977 р., сприяли збільшенню чисельності цих установ, різноманітності їх діяльності, а проголошення політики відкритості — відновленню міжнародних контактів, утрачених за часів культурної революції. Значно впливає на розвиток інститутів архівування кінодокументів економічний фактор. Лібералізація економіки сприяла активному розвитку кіноіндустрії, виникненню недержавних структур, що здійснюють збір, зберігання і популяризацію кінодокументів (наприклад, Музеї Кіно). Слід зважати й на соціокультурні фактори, що впливають на процеси архівування кінодокументів. КНР є найбільшою за чисельністю населення державою — у ній проживає 1,35 млрд осіб. Незважаючи на успіхи у сфері економіки (з грудня 2014 р. КНР посіла перше місце у світі за ВВП), у країні спостерігається нерівномірність розвитку різних регіонів, а також значна відмінність у забезпеченні соціокультурної сфери між містом і селом. Розгляд організаційної структури архівування кінодокументів у КНР свідчить, що заклади зосереджені переважно в Пекіні

та Шанхаї — двох столицях національної кінематографії. Важливим соціокультурним чинником, що впливає на діяльність інститутів, які здійснюють збір, зберігання і популяризацію кінодокументів, є популярність кінематографа серед населення. Суттєві зміни в цій діяльності, що дозволили опанувати нові напрями роботи зі збереження й організації доступу до кінематографічної спадщини, внесло використання нових інформаційно-комунікаційних технологій.

Збереження та організацію доступу до кінематографічного надбання Китаю здійснюють фільмотеки, які функціонують у КНР, Гонконзі та Тайвані й активно співпрацюють. Найбільшою фільмотекою Азії нині є Кіноархів Китаю (China Film Archive), створений у 1958 р. в Пекіні. Нині цей багатопрофільний заклад відповідає за збір, узагальнення, депозитарне збереження китайських та вибірково зарубіжних фільмів, а також матеріалів, що стосуються кінематографа (сценарії, макети, малюнки декорацій, костюмів, афіші, постери тощо); науково-дослідну та навчальну діяльність, міжнародне співробітництво в галузі кінематографії [6; 12].

Разом з ними функціонують і інші соціальні інститути, які надають доступ до кінодокументів: Аудіовізуальний архів Шанхая, Кіноархів Шанхая, Кіноархів Університету комунікацій Китаю, Національний музей Кіно (Пекін), Музей Кіно в Шанхаї, кіноархів при Пекінській кіностудії, Кіноархів Центрального телебачення Китаю, Пекінський муніципальний архів, Національний архів в Гуанчжоу, Національна бібліотека КНР, Бібліотека Пекінської Академії Кіно, Бібліотека кінематографічної літератури в Шанхаї, Музей міста при Шанхайському муніципальному архіві, Незалежний документальний кіноархів Китаю та ін. Доступ до кінодокументів вони реалізують у різному обсязі й різних формах, відповідно до сутнісних функцій.

Доступ реалізується наданням послуг, що підкріплюється відповідним ресурсним забезпеченням: матеріально-технічною базою, кадровим потенціалом, технологіями. З огляду на те, що доступ до кінодокументу технічно опосередкований, проблема матеріально-технічної бази та технологічного супроводу є особливо актуальною, адже потребує відповідних спеціально обладнаних приміщень. Окрім того, використання оригінальної кіноплівки негативно впливає на її збереженість. Тому поцифрування кіноплівок надає додаткових можливостей у забезпеченні доступу, але водночас спричиняє нові проблеми. Р. Едмондс наголошує на тому, що аудіовізуальні продукти виготовляються не у вакуумі, вони завжди прив'язані до часу й місця, і можуть бути повністю оцінені тільки у відповідному контексті. А тому, вважає

дослідник, можливо, найбільший виклик поцифруванню — не зі сфер технології або економіки, а науки, освіти й етики, оскільки дослідники та глядачі мають право на отримання повної інформації про зв'язок змісту і носія. Це потребує від архівістів посиленої уваги до проблеми збереження контексту, що можна досягти за умови створення копій для доступу в різних форматах. При цьому у зв'язку з різноманітності форматів актуалізується надання контекстних пояснень користувачам, чим саме копія, яку вони бачать, відрізняється від початкового формату продукту [9].

Доступ до змісту кінодокумента може здійснюватися стаціонарно (індивідуальний перегляд у приміщенні аудіовізуального архіву, колективний перегляд у кінозалі), позастаціонарно (перегляди в кінотеатрах країни та за її межами) і дистанційно (перегляд у режимі он-лайн).

Для індивідуального перегляду в приміщенні архіву створюються відповідні умови. Так, у бібліотеці Кіноархіву Китаю функціонує мультимедійний читальний зал з професійним проєкційним обладнанням, кіноархів Гонконгу надає послугу індивідуального доступу в спеціально обладнаних для перегляду кінодокументів кабінках [6; 10].

Зазвичай, аудіовізуальні архіви мають і власні кінозали, що надає можливості проведення колективних переглядів. Так, до складу Кіноархіву Китаю входять три кінозали (найбільший — на 600 місць), у яких регулярно демонструються кінофільми з колекції. Власний кінозал на 125 місць має і Кіноархів Гонконгу, а Національний Музей кіно (Пекін) — шість кінозалів. Кінотеатром та аудіовізуальними кімнатами обладнаний і Шанхайський міський музей [4; 7; 12; 10]. Значна увага приділяється і збереженню контексту, особливо під час перегляду «німих» кінострічок. Ці перегляди, зазвичай, мають музичний супровід, для максимального наближення їх до часів створення кінострічок.

В аудіовізуальних архівах використовують і позастаціонарні форми доступу до кінодокументів. Наприклад, Кіноархів Китаю співпрацює з іншими кінотеатрами Пекіна, і найближчим часом планується створення альянсу з 8 кінотеатрами для демонстрації фільмів усіх періодів китайського кінематографа. Також заклад здійснює і кінопокази в сільській місцевості. Ця програма має назву: «1 місяць, 1 селище, 1 фільм». Тобто спеціально створена команда виїжджає із цифровим проєктором один раз на місяць у певне селище і демонструє там фільм. З огляду на таку діяльність держава активно підтримує поцифрування кіноплівок, завдяки чому забезпечується не лише їх збереження, а й можливість актуалізації [12]. В останні десятиріччя

Кіноархів активізував міжнародні зв'язки. Регулярними стали заходи з ретроспективної демонстрації кінострічок Китаю під час «Тижнів китайського кіно», що відбувалися в багатьох країнах світу, участь у міжнародних кінофестивалях з демонстрацією вітчизняних кінофільмів. Численні ретроспективні покази кінофільмів у багатьох країнах світу проводить і Кіноархів Шанхая [6; 11].

У сучасному соціокомунікаційному середовищі Китаю створено сприятливі умови щодо доступу до кінодокументів. Точкою доступу до ресурсів і послуг соціальних інститутів, що забезпечують доступ до кінодокументів, є їх сайти. Наявність сайту — це, передусім, можливість онлайнного доступу до каталогів та колекцій, що створені цими соціальними інститутами. Так, у Кіноархіві Китаю створені та підтримуються в електронній формі «Загальний каталог китайських фільмів» та каталог «Китайське кіномистецтво». На сайті Кіноархіву Китаю представлена пошукова система копій Національного кіно, а також Архів колекції, який поділяється на два розділи: «Колекція класичного фільму КНР», що містить фільми після 1949 р., та «Історія кіно» — фільми до утворення КНР [6].

У структурі Кіноархіву функціонує і бібліотека, яка надає послуги віддаленим користувачам через електронний каталог [6]. Користувачам бібліотеки Пекінської академії кіно також пропонується послуга доступу до поцифрованої колекції кінодокументів через мультимедійну базу даних [5].

Активно впроваджують онлайнний доступ і інші кіноархіви. Користувачі Кіноархіву Шанхая також можуть отримати інформацію з електронного довідкового центру про наявність певного кінодокумента, замовити його цифрову копію. У структурі Кіноархіву Гонконгу діє ресурсний центр, який надає доступ до онлайнного каталогу та послуг з перегляду аудіовізуальних матеріалів та репродукування документів з архіву колекції. Для зручності користувачів на сайті закладу представлені форми для замовлення послуг, які можна завантажити на свій комп'ютер, і замовити їх в онлайнному режимі. Тайванський кіноінститут також надає доступ до Бази даних поцифрованого кіноархіву [8; 10; 11].

Висновки. Таким чином, соціальні інститути КНР надають доступ до кінодокументів, використовуючи при цьому весь свій інформаційний потенціал, бездоганний сервіс, новітні технології та передові інструменти управління. Перспективою подальших досліджень проблеми може бути аналіз досвіду архівів, бібліотек, музеїв Китаю щодо популяризації кінематографічного надбання.

Список використаних джерел

1. Асфандиярова И. Г. Аудиовизуальные архивы : учеб.-метод. пособ. — Уфа : Уфим. Тип. № 1, 2013. — 98 с.
2. Ємельянова Т. О. Аудіовізуальні документи в державних архівах України: організація доступу та використання інформації, що міститься в них (1930-2007 рр.): 27.00.02 — документознавство, архівознавство : автореф. дис. ... канд. іст. наук / Укр. наук.-дослід. ін-т архів. справи та документознавства. — Київ, 2010. — 20 с.
3. Постановление Министерства юстиции Республики Беларусь от 9 апреля 2007 г. № 27 «Об утверждении Правил работы государственного архива Беларусь с аудиовизуальными документами» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.systemaby.com> — Загл. с экрана.
4. Шанхайский городской архив [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.archives.sh.cn/dazn/qzqn>. — Загл. с экрана.
5. Beijing film academy [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.bfa.edu.cn>. — Назва з екрана.
6. China Film Archive [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.cfa.gov.cn. — Назва з екрана.
7. China National Film Museum [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.cnfm.org.cn/english/main_en.htm. — Назва з екрана.
8. Chinese Taipei Film Archive [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.ctfa.org.tw/en/index.php>. — Назва з екрана.
9. Edmondson R. Audiovisual Archiving: Philosophy and Principles / prepared by Ray Edmondson. — Paris : UNESCO, 2004. — 73 p.
10. Hong Kong Film Archive [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.lcsd.gov.hk/CE/CulturalService/HKFA/en_US/web/hkfa/aboutus/intro.html. — Назва з екрана.
11. Shanghai Film Archive [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.sfa.sh.cn/html/index.php?func=abou>. — Назва з екрана.
12. Sun Xianghui : China Film Archive [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.easternkicks.com. — Назва з екрана.

References

1. Asfandiyarova I. G. Audiovizualnyye arkhivy : ucheb.-metod. posob. — Ufa : Ufim. Tip. № 1. 2013. — 98 s.
2. Yemelianova T. O. Audiovizualni dokumenty v derzhavnykh arkhivakh Ukrainy: orhanizatsiia dostupu ta vykorystannia informatsii, shcho mistytsia v nykh (1930-2007 rr.): 27.00.02 — dokumentoznavstvo, arkhivoznavstvo : avtoref. dys. ... kand. ist. nauk / Ukr. nauk.-doslid. in-t arkhiv. spravy ta dokumentoznavstva. — Kyiv, 2010. — 20 s.
3. Postanovleniye Ministerstva yustitsii Respubliki Belarus ot 9 aprelya 2007 g. № 27 «Ob utverzhdenii Pravil raboty gosudarstvennogo arkhiva Belarus s audiovizualnymi dokumentami» [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa : <http://www.systemaby.com> — Zagl. s ekrana.

4. Shankhayskiy gorodskoy arkhiv [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa: <http://www.archives.sh.cn/dazn/qzzn>. — Zagl. s ekrana.
5. Beijing film academy: [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupu : <http://www.bfa.edu.cn/> — Nazva z ekranu.
6. China Film Archive [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupu : www.cfa.gov.cn —
7. China National Film Museum [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupu : http://www.cnfm.org.cn/english/main_en.htm — Nazva z ekranu.
8. Chinese Taipei Film Archive [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupu : <http://www.ctfa.org.tw/en/index.php> — Nazva z ekranu.
9. Edmondson R. Audiovisual Archiving: Philosophy and Principles / prepared by Ray Edmondson. — Paris : UNESCO, 2004. — 73 p.
10. Hong Kong Film Archive [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupu : http://www.lcsd.gov.hk/CE/CulturalService/HKFA/en_US/web/hkfa/aboutus/intro.html — Nazva z ekranu.
11. Shanghai Film Archive [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupu : <http://www.sfa.sh.cn/html/index.php?func=abou> — Nazva z ekranu.
12. Sun Xianghui : China Film Archive [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupu : www.easternkicks.com — Nazva z ekranu.

■ UDC 791.53(510)

Yi Jia, postgraduate student, Kharkiv State Academy of Culture, Xingyi Normal University For Nationalities (PRC), lecturer
itszuya@mail.ru

ACTIVITIES OF SOCIAL INSTITUTIONS OF CHINA TO PROVIDE ACCESS TO FILM DOCUMENTS

The aim of this paper is to explore the activities of social institutions of China to provide access to film documents.

Research methodology. In order to systematize the forms of access to the documents the typological method is used. The collection of factual material is carried out in the analysis of the published sources and Internet resources.

Results. . In contemporary China has developed a system of social institutions that can be called generalizing the notion of «audiovisual archive». To audiovisual archives include specialized archives, libraries, museums. One of the main functions of audiovisual archives is to provide access to audiovisual documents, which include film documents. The diversity of the audiovisual archives is presented in sociocommunicative space of modern China. Audiovisual archiving in China has its own characteristics due to historical, economic, sociocultural and technological factors. An analysis of film libraries of China, Hong Kong, Taiwan, film museums and libraries

specializing in work with documents, showed that access to documents is stationary, unstationary, remote. The factors contributing to rapid and comfortable access are: the availability of collections of film documents and other information resources in digital form; the availability of resource support: the facilities, equipment, personnel and the availability of a website as point of online access to information resources and services. **Novelty.** This paper is the first attempt in the post-Soviet area to summarize and outline the activities of social institutions of China to ensure access to film documents.

Practical significance. Audiovisual archives of China have significant experience in the organization of access to documents that may be useful for implementation in Ukraine.

Key words: film document, access, online access, archive, museum, library, audio-visual archives, film library, social institution.

Надійшла до редколегії 03.02.2016 р.

■ УДК 007:304:659.4

О. Є. Бухтатий, головний консультант Головного департаменту інформаційної політики Адміністрації Президента України, кандидат наук з державного управління, доцент кафедри інформаційної політики та електронного врядування Національної академії державного управління при Президентові України, м. Київ

ПУБЛІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ЕЛЕКТРОННА ДЕМОКРАТІЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Досліджуються проблемні питання впровадження в Україні механізмів публічної комунікації та електронної демократії, аналізується стан нормативно-правового забезпечення державної політики щодо запровадження електронного врядування та публічних комунікацій у центральних і місцевих органах державної влади.

Ключові слова: демократія, електронна демократія, цифрова рівність, демократичне врядування.

А. Е. Бухтатый, главный консультант Главного департамента информационной политики Администрации Президента Украины, кандидат наук по государственному управлению, доцент кафедры информационной политики и электронного управления Национальной академии государственного управления при Президенте Украины, г. Киев

ПУБЛИЧНЫЕ КОМУНИКАЦИИ И ЭЛЕКТРОННАЯ ДЕМОКРАТИЯ В УКРАИНЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Исследуются проблемные вопросы становления в Украине электронной демократии в условиях демократического правления, внедрения электронного государственного управления, а также публичных коммуникаций центральных и местных органов власти.

Ключевые слова: демократия, электронная демократия, цифровое равенство, демократическое правление.

O. Ye. Bukhtatyi, Senior Consultant of the Head of Information Policy Department of the Presidential Administration of Ukraine, Candidate of Sciences in Public Administration, Associate Professor of the Department of Information Policy and Electronic Government, National Academy for Public Administration under the President of Ukraine, Kyiv

PUBLIC COMMUNICATIONS AND E-DEMOCRACY IN UKRAINE: CHALLENGES AND PROSPECTS

The paper examines significant issues of implementing public communication and e-democracy mechanisms in Ukraine and analyzes regulatory support of public policy on implementation of e-governance and public communications into central and local public authorities.

Key words: democracy, e-democracy, digital equality, democratic governance.

Постановка проблеми. У демократичних суспільствах публічні комунікації забезпечують активнішу участь окремих людей і певних соціальних груп у державно-управлінських процесах. На сучасному етапі демократичного державотворення особливе місце посідає феномен електронної демократії, яка є однією з декількох стратегій підтримки демократії, демократичних інститутів та демократичних процесів, а також поширення демократичних цінностей.

Саме тому питання розвитку в Україні загальноновизнаних європейських демократичних стандартів, зокрема щодо впровадження публічних комунікацій та електронної демократії, набувають актуальності і нині, що забезпечує зв'язок визначеної теми із науковими та практичними завданнями, які нині вирішує сучасна комунікативістика.

На нашу думку, головна проблема, яка перешкоджає впровадженню публічних комунікацій та електронної демократії в Україні, полягає в тому, що існує висока ймовірність потенційних ризиків, які можуть виникнути в процесі здійснення демократичного врядування, зокрема у зв'язку з браком доступу певних верств населення, насамперед малозабезпечених, до новітніх інформаційних технологій і незадовільним загальним рівнем електронної грамотності.

Аналіз наукових досліджень і публікацій свідчить про широке коло інтересів як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників щодо зазначеної тематики. М. Згуровський, В. Різун, А. Семенченко, О. Радченко, С. Чукут, Г. Почепцов, В. Семиноженко, Е. Клепець, Д. Дубов, І. Паримський, Т. Гузенко, С. Соловйов з різних позицій досліджували зв'язок сучасних інформаційних технологій, демократії та ефективності публічних комунікацій. Це питання активно обговорюється на міжнародних наукових заходах, де наголошується на необхідності захисту права кожного на користування перевагами інформаційного суспільства та підтверджено бажання і прагнення держав зустрічі сприяти створенню інформаційного суспільства [11, с. 41].

Мета статті — визначити сутність феномену електронної демократії як механізму підтримки та розширення демократії, демократичних інститутів і демократичних процесів за допомогою новітніх інформаційних технологій.

Якщо спробувати схематично визначити невирішені раніше складові загальної проблеми, пов'язаної з використанням моделі електронної демократії в аспекті демократичних традицій і принципів, яким присвячується означена стаття, то потрібно розглянути інституціональні моделі демократії через призму управлінських традицій та особливостей, перспективних інноваційних форм публічної комунікації, їх впливу на суспільно-творчі та державно-управлінські процеси в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній українській політиці є всі ознаки елітарної, корпоративної моделі демократії з яскраво вираженою схильністю до олігархізації. Така невідповідність задекларованих принципів і державно-управлінської практики є серйозним джерелом політичної нестабільності, низької легітимності влади, перешкодою для подальшої демократизації суспільства.

Потребують активнішого застосування нові форми демократії, до яких насамперед належить й «електронна демократія». Її характерною особливістю є те, що, на думку більшості європейських дослідників, процес упровадження у сферу державного управління може розпочати будь-яка зацікавлена сторона: вона може бути ініційована «зверху вниз», органами державної влади на всіх рівнях управління, або «знизу вгору», тобто громадянами. Крім того, вона може впроваджуватися і горизонтально, причому кожен з цих підходів має свої переваги.

Під час впровадження електронної демократії необхідно зважати на політичні характеристики та рівень загального розвитку політичної культури. Крім того, дослідники вважають, що основні принципи та методи електронної демократії доцільно впроваджувати поступово, з якісними механізмами методології та звітності, моніторингу й аналізу. Електронна демократія має ґрунтуватися на таких критеріях:

- активного надання всеосяжної, збалансованої та об'єктивної інформації, що тісно пов'язано зі свободою інформації та слова;
- широкого розуміння поняття «громадянство»;
- громадянської участі — залучення громадян та груп громадян до суспільних справ;
- надання повноважень, зокрема стратегії і заходи з підтримання цивільних прав та забезпечення необхідних ресурсів для участі;
- цифрової рівності — політичного та технологічного забезпечення громадян незалежно від віку, статі, освіти, соціально-економічного становища, мови, особливих потреб і місця проживання; це потребує вміння користуватися електронними інструментами (знання, електронні навички), наявних і доступних інструментів та поєднання електронних і неелектронних підходів [11].

Європейські політологи визначають, що найкраще сфера публічних комунікацій та електронної демократії розвивається там, де політична воля і лідерство ефективно виконують свої функції, вносячи структурні зміни, які необхідні для врахування суспільних думок та настроїв. Долучення інформаційних технологій до демократичних

процесів зазвичай потребує структурних змін і процесуальної реформи.

Водночас сучасний етап розвитку українського суспільства супроводжується як негативними зовнішніми факторами (військова агресія й інформаційна експансія зі сторони Російської Федерації, фінансово-економічні проблеми, бюджетний дефіцит), так і внутрішніми суспільно-політичними проблемами, пов'язаними з громадським протистоянням на міжрегіональному рівні, неврегульованістю питання децентралізації центральної влади, необхідністю конституційних змін, підвищення ефективності та легітимізації всіх гілок влади тощо.

Характерно, що електронна демократія не охоплює конституційних та інших обов'язків осіб, але вона може надати додаткові переваги. Причому інформаційні технології є виключно рушійною силою, а не рішенням. Іншими словами, ці технології — це інструмент, який може підтримувати й удосконалювати демократичні процеси, але в жодному разі не може їх повністю замінювати.

За офіційними даними станом на кінець 9 вересня 2015 р., кількість абонентів інтернет установила 5951,6 тис. осіб, що на 40,8 тис. осіб більше порівняно з 9 місяцями 2014 р. [5].

Очевидно, що ці дані свідчать про достатньо високий рівень «цифрової нерівності» в Україні порівняно з європейськими показниками, де рівень користування інтернетом до кінця 2014 р. перевищив 75%.

Водночас потрібно зазначити, що сучасні інформаційні технології, навіть незважаючи на темпи їх поширення, відіграють другорядну роль у демократичних перетвореннях. Вони не можуть бути причиною для запровадження електронної демократії. Основним каталізатором електронізації демократичних процесів мають стати ефективні публічні комунікації.

Електронна демократія — це підтримка і посилення демократичної участі, яка охоплює сектори електронної демократії, де громадянське суспільство і бізнес долучені до складання формальних та неформальних соціальних програм та угод, а також формування і прийняття рішень.

Відповідальними за використані технології є інститути, що регулюють інструменти електронної демократії. Стівен Кліфт (англ. StevenClift) наголошує, що «інститути демократії повинні озброїтися технічними експертами і безпосередньо розробляти інтернет-стандарту — на основі урядового стилю встановлення стандартів щодо потреб користувача, який намагається вирішити свої проблеми [12].

Ефективність реалізації інформаційної функції держави чітко ілюструє модель еволюції інформації, яка охоплює 5 еволюційних етапів.

1. Операційний рівень — характеризується індивідуальною «власністю» окремих державних органів на дані, які використовуються для вирішення повсякденних функціональних потреб, та їх контроль.

2. Консолідаційний рівень — принцип діяльності окремого державного органу змінюється стандартами, системними показниками, регламентними нормами на рівні цих органів.

3. Інтегральний рівень — розширює консолідацію рівня 2 до масштабів усієї системи державних органів.

4. Оптимізаційний рівень — удосконалюється й оптимізується система функцій держави, яка постійно адаптується до нових викликів та завдань.

5. Інноваційний рівень — переважно діяльність державних органів супроводжується інформаційним обміном в електронній формі.

Ці процеси характеризуються ініціативністю, творчою активністю та постійним оновленням інформаційних технологій. Складнощі впровадження електронної демократії полягають у здатності та можливостях громадян і політичних діячів брати участь у демократичних процесах за допомогою електронних засобів. Ризики, пов'язані з електронною демократією, є наслідком технічних і політичних зловживань, недемократичного використання та відмови від запропонованих ІКТ можливостей прийняття рішень. Конкретні механізми реалізації моделі еволюції інформації в державному управлінні відрізняються від різних управлінських моделей та політичних режимів, але кожен еволюційний рівень можна охарактеризувати за такими пунктами:

1) інфраструктура — апаратні, програмні, мережеві інструменти та технології, які забезпечують створення інформації, управління нею, зберігання, розповсюдження та використання;

2) формування бази знань — принципи, передовий досвід, стандарти і методики управління, які визначають способи формування, перевірки та використання інформації, її зв'язок з метриками ефективності роботи і системами заохочення, а також підтримку установою свого курсу використання інформації;

3) людський капітал — співробітники установи, оцінки та показники, які можуть бути охарактеризовані;

4) інформаційна культура — різні форми впливу організації й індивідуумів на інформаційний потік, а саме: моральні, соціальні та поведінкові норми корпоративної культури щодо інформації, що розцінюється як довготривалий стратегічний актив [10];

Модель еволюції інформації — єдина, де визнається існування складних взаємозв'язків між указаними вимірами і жоден з них не розглядається як простий та ефективний засіб.

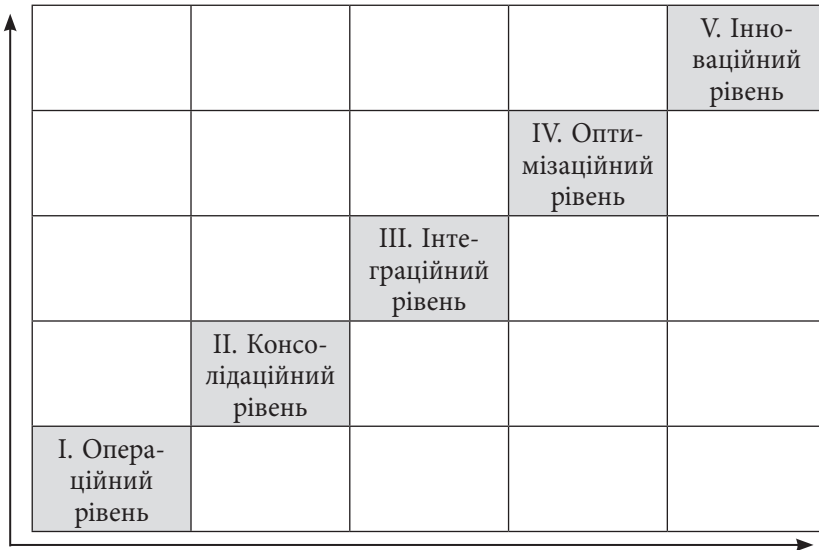


Рис. 1. Модель еволюції інформації

Ні нова комп'ютерна мережа, ні глобальний сервіс, ні перебудований процес, взяті окремо, не можуть сприяти тому, щоб суспільна система розвивалася динамічно, для цього всі її складові мають розвиватися й еволюціонувати разом з метою досягнення логічної довершеності.

По-перше, електронна демократія потребує правил і законів. Закони повинні бути орієнтованими на громадян і ретельно збалансованими.

По-друге, регулювання електронної демократії передбачає надання повноважень державним органам і гарантії громадянам та інститутам громадянського суспільства.

Регулювання може набувати різних форм і реалізовуватися різними учасниками на різних рівнях, зокрема органами державної влади, постачальниками інструментів і самими користувачами. Баланс між правами доступу і гарантіями — єдиний спосіб підтримки та захисту інтересів громадян.

У процесі реалізації описаних вище принципів усі зацікавлені особи мають зважати на нижченаведені рекомендації, які стосуються електронної демократії загалом, зокрема її демократичних аспектів, але не адміністративних аспектів і питання сервісно-орієнтованого

електронного уряду, де функціонує електронна адміністрація та діють електронні послуги.

Під час формування, перегляду та модернізації електронної демократії слід звертати увагу переважно на демократію та зацікавлених осіб, а не на технологію. Технологія не повинна бути причиною або рушійною силою електронної демократії: за процеси й інструменти електронної демократії відповідають люди і демократичні інститути.

Щоб поліпшити традиційні політичні процеси, електронна демократія має доповнювати і бути сумісною та інтегрованою з неелектронними формами демократичної участі (багатоканальний підхід). Якщо вони набувають поширення, то «on-line» засоби повинні отримувати відповідну «off-line» підтримку. Вибір конкретних інструментів має відображати демократичні, гуманітарні, соціальні, етнічні та культурні цінності.

Публічні комунікації в поєднанні з електронною демократією повинні дозволяти значній кількості людей брати участь у формуванні, аналізові та формулюванні політичних програм, реалізації та моніторингу політики. Причому серед зацікавлених у просуванні електронної демократії мають бути представники всіх гілок влади, політичні діячі, депутати, політичні партії, державні службовці, громадяни, виборці, члени корпорацій і асоціацій, інститути громадянського суспільства, засоби масової інформації та бізнесу, зокрема постачальники інфраструктури.

Під час реалізації конкретних заходів електронної демократії слід звернути увагу на рівень розвитку громадянського суспільства, засоби комунікації між представниками влади й іншими зацікавленими особами, особливо громадянами, а також рівень розвитку інформаційного суспільства в конкретній країні.

Представники державної влади й органів місцевого самоврядування мають активно шукати зв'язки з мережевими співтовариствами, в яких відбуваються дискусії з політичних питань і поширюються ідеї.

Прозорість в електронній демократії повинна передбачати прозорість процесу участі в управлінні на всіх політичних рівнях і всіх стадіях процесу обговорення і прийняття рішень, їх реалізації, моніторингу й оцінки. Оскільки електронна демократія значною мірою залежить від доступу громадян до офіційної інформації, необхідно здійснювати регулярний моніторинг та перегляд законодавства про інформацію залежно від розвитку демократичних методів державного управління. Щоб створити інформаційний простір, який сприятиме активному розвитку використання інформації для цілей демократії, представники влади мають у кооперації з приватним сектором і громадянським суспільством забезпечити:

- формування і розвиток системи регулювання, яка забезпечує мотивацію приватного сектора щодо здійснення інвестицій в інформаційно-комунікаційну інфраструктуру і послуги;
- широкий доступ — низькі ціни, розвиток доступу до інформаційно-комунікаційної інфраструктури, інтернету, а також відповідне навчання.

Публічні комунікації в поєднанні з електронною демократією не позбавляють останню всіх недоліків, однак можуть допомогти подолати нагальні проблеми, такі як неактивна участь громадян у демократичному процесі, соціальна, расова і регіональна сегрегація, а також забезпечити стабільну долученість кожного до політичних процесів.

Конституція України визначає, що єдиним джерелом влади в Україні є народ, який здійснює владу безпосередньо через органи державної влади та місцевого самоврядування. Громадяни мають право брати участь в управлінні державними справами, вільно одержувати, використовувати і поширювати інформацію, надсилати індивідуальні чи колективні письмові звернення або особисто звертатися до органів державної влади, місцевого самоврядування, посадових і службових осіб цих органів, що зобов'язані надати обґрунтовану відповідь у визначений законом термін.

Крім того, налагодження системного діалогу між органами виконавчої влади, місцевого самоврядування та громадськістю, проведення консультацій з громадськістю, зокрема електронних, має сприяти підвищенню якості підготовки рішень з важливих питань державного і суспільного життя, створенню реальних умов для участі громадян у розробленні проектів таких рішень.

Нині питання участі громадян в управлінні державними справами, їх взаємодія з органами державної влади, органами місцевого самоврядування частково регулюються Законами України «Про інформацію», «Про доступ до публічної інформації», «Про звернення громадян», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування засобами масової інформації в Україні», «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», «Про електронні петиції», «Про Кабінет Міністрів України», «Про місцеві державні адміністрації», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про центральні органи виконавчої влади», «Про громадські об'єднання» та ін.

Переважна більшість цих актів були прийняті в період до 2015 р., але слід визнати, що вагомих зрушень у сфері реальної участі громадянина в процедурах підготовки і прийняття рішень органами державної влади та органами місцевого самоврядування й досі не відбулося. Важливо зазначити, що:

- Законом України від 22 травня 2003 р. № 851-IV визначено поняття електронних документів та електронного документообігу;
- Законом України від 22 травня 2003 р. № 852-IV унормовано питання електронного цифрового підпису;
- розпорядженням Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2010 р. №2250-р схвалено Концепцію розвитку електронного врядування в Україні;
- розпорядженням Кабінету Міністрів України від 28 грудня 2011 р. №1363-р визначено впровадження системи електронної взаємодії органів виконавчої влади;
- постановою Кабінету Міністрів України від 18 липня 2012 р. № 670 затверджено Положення про систему електронної взаємодії органів виконавчої влади;
- розпорядженням Кабінету Міністрів України від 5 вересня 2012 р. №634-р схвалено Концепцію створення та функціонування інформаційної системи електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів;
- розпорядженням Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. №386-р схвалено Стратегію розвитку інформаційного суспільства в Україні, реалізація якої до 2020 р. має сприяти становленню відкритого демократичного суспільства, яке гарантуватиме дотримання конституційних прав громадян щодо участі в суспільному житті, прийнятті відповідних рішень органами державної влади й органами місцевого самоврядування.

Висновки. Таким чином, нині можна констатувати відсутність чіткої концепції та системності у сфері нормативно-правового забезпечення готовності до запровадження в Україні ефективної системи публічних комунікацій та електронної демократії, що дозволяє сформулювати такі висновки.

Публічні комунікації й електронна демократія є механізмом підтримки та розширення демократії, демократичних інститутів й процесів за допомогою інформаційних технологій.

Під час розробки й упровадження системи публічних комунікацій та електронної демократії, необхідно зважати на релевантні чинники суспільного розвитку, зокрема: політичної волі уряду і державних діячів; розвиненого громадянського суспільства; високого рівня довіри і відкритості; «on-line» і «off-line» просування електронної демократії, оснований на стратегії, мета якої — збільшення рівня обізнаності та максимізація розуміння суспільством її суті; широкої участі, у кількісному і якісному сенсі, у процесах електронної демократії, зокрема доступ для осіб з особливими потребами і для тих, хто живе в найменше розвинутих або віддалених регіонах (електронне підключення);

зручної, але надійної ідентифікації особи в разі необхідності; забезпечення захисту персональних даних; об'єктивного інформування громадянина про те, як використовуватиметься його внесок у процесі підготовки і прийняття рішень (вимога зворотного зв'язку).

Перспективи подальшого дослідження спрямовуватимуться на обґрунтування напрямів підвищення рівня правової та електронної грамотності. Це є важливим у контексті гарантій свобод людини; законодавчих гарантій того, що електронна технологія та послуги, вільний доступ до публічної інформації є корисними інструментами та засобами досягнення прав і свобод, формування ефективного механізму публічних комунікацій.

Список використаних джерел

1. Бортніков В. Політична участь і демократія: українські реалії : монографія / В. І. Бортніков. — Луцьк : РВВ «Вежа», Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2007. — 524 с.
2. Всесвітній саміт з питань інформаційного суспільства. Підсумкові документи / пер. з англ. Ю. Пероганич. — Київ : МСЕ, 2005. — 52 с.
3. Дегтерева В. К вопросу о проблемах функционирования электронного правительства и их влияния на экономическую безопасность страны / В. Дегтерева // Журнал правовых и экономических исследований. — 2014. — № 1(7).
4. Дорожня Карта Реформ для Майбутнього Парламенту [Неофіційний текст] / Суб'єкт законодавчої ініціативи. — 30 вер. 2014 р.
5. Інтернет та кабельне телебачення. Зв'язок та інформатизація в цифрах [Електронний ресурс] / Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації. — Режим доступу: <http://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=150&language=uk>. — Назва з екрана.
6. Питання впровадження системи електронної взаємодії органів виконавчої влади. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 28 груд. 2011 р. № 1363-р // Офіц. вісн. України. — 2012. — № 5. — Ст. 180.
7. Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 13 груд. 2010 р. № 2250-р // Офіц. вісн. України. — 2010. — № 97. — С. 3443.
8. Про схвалення Концепції створення та функціонування інформаційної системи електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 5 вер. 2012 р. № 634-р // Офіц. вісн. України. — 2012. — № 67. — Ст. 2753.
9. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. № 386-р // Офіц. вісн. України. — 2013. — № 44. — Ст. 1581.
10. Рассел А. Информационная революция: Путь к корпоративному разуму / Аллан Рассел, Глория Миллер, Джим Дэвис ; [пер. с англ. Ю. Суханова]. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. — 253 с.

11. Рекомендации Комитета министров Совета Европы СМ /Rec (2009) 1 государствам-участникам Совета Европы по электронной демократии и пояснительная записка [Электронный ресурс]. — Режим доступа: cikrf.ru/international/recommend.doc. — Загл. с экрана.
12. Clift Steven. The E-Democracy E-Book: Democracy is Online 2.0. [Электронный ресурс] / Clift Steven. — Режим доступа: <http://www.publicus.net/ebook/edemebook.html#intro>. — Назва з екрана.

References

1. Bortnikov V. Politychna uchast i demokratia: ukrainski realii : monohrafiia / V. I. Bortnikov. — Lutsk : RVV «Vezha», Volyn. derzh. un-tu im. Lesi Ukrainky, 2007. — 524 s.
2. Vsesvitnii samit z pytan informatsiinoho suspilstva. Pidsumkovi dokumenty / per. z anh. Yu. Perohanych. — Kyiv : MSE, 2005. — 52 s.
3. Degtereva V. K voprosu o problemakh funktsionirovaniya elektronnoho pravitelstva i ikh vliyaniya na ekonomicheskuyu bezopasnost strany/ V. Degtereva// Zhurnal pravovykh i ekonomicheskikh issledovaniy. — 2014. — № 1(7).
4. Dorozhnia Karta Reform dlia Maibutnoho Parlamentu [Neofitsiyni tekst] / Subiekt zakonodavchoi initsiatyvy. — 30 ver. 2014 r.
5. Internet ta kabelne telebachennia. Zviazok ta informatyzatsiia v tsyfrakh [Elektronnyi resurs] / Natsionalna komisiiia, shcho zdiisniuiе derzhavne rehu-liuvannia u sferi zviazku ta informatyzatsii. — Rezhym dostupu: <http://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=150&language=uk>. — Nazva z ekrana.
6. Pytannia vprovadzhennia systemy elektronnoi vzaiemodii orhaniv vyko-navchoi vlady. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 28 hrud. 2011 r. № 1363-r // Ofits.visn. Ukrainy. — 2012. — № 5. — St. 180.
7. Pro skhvalennia Kontseptsii rozvytku elektronnoho uriaduvannia v Ukraini. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 13 hrud. 2010 r. № 2250-r // Ofits. visn. Ukrainy. — 2010. — № 97. — S. 3443.
8. Pro skhvalennia Kontseptsii stvorennia ta funktsionuvannia informatsiinoi systemy elektronnoi vzaiemodii derzhavnykh elektronnykh informatsiinykh resursiv. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 5 ver. 2012 r. № 634-r // Ofits. visn. Ukrainy. — 2012. — № 67. — St.2753.
9. Pro skhvalennia Stratehii rozvytku informatsiinoho suspilstva v Ukraini. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 15 travnia 2013 r. №386-r // Ofits.visn. Ukrainy. — 2013. — № 44. — St. 1581.
10. Russell D. Alan. Informatsionnaya revolyutsiya: Put k korporativnomu razumu / Alan D. Russell, Gloria J. Miller, Jim Davis ; [per. s angl. Yu. Sukhano-va]. — M. : Alpina Biznes Buks. 2008. — 253 s.
11. Rekomendatsii Komiteta ministrov Soveta Evropy SM /Rec (2009) 1 gosudarstvam-uchastnikom Soveta Evropy po elektronnoy demokratii i poyas-nitel'naya zapiska [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa: cikrf.ru/international/recommend.doc. — Zagl. s ekrana.

12. Clift Steven. The E-Democracy E-Book: Democracy is Online 2.0. [Електронний ресурс] / Clift Steven. — Режим доступу: <http://www.publicus.net/ebook/edemebook.html#intro>. — Назва з екрана.

■ UDC 007:304:659.4

Bukhtatyi O. Ye., Senior Consultant of the Head of Information Policy Department of the Presidential Administration of Ukraine, Candidate of Sciences in Public Administration, Associate Professor of the Department of Information Policy and Electronic Government, National Academy for Public Administration under the President of Ukraine, Kyiv

PUBLIC COMMUNICATIONS AND E-DEMOCRACY IN UKRAINE: CHALLENGES AND PROSPECTS

The aim of the article is to examine significant issues of implementing public communication and e-democracy mechanisms in Ukraine and analyze regulatory support of public policy on the implementation of e-governance and public communications into central and local public authorities. At the present stage the phenomenon of e-democracy holds a specific place. The primary concern of this research is to clarify and define the origin and the essence of the phenomenon of e-democracy as a mechanism for supporting and widening democracy, democratic institutions and democratic processes with the help of the latest information technologies.

Research methodology. The article attempts to provide an overview of the current issues and acts to identify a wide range of researchers' interests. Steven Clift stresses that «the democratic institutions must arm themselves with technical experts and directly prosecute Internet standards — not with the old governmental style in setting of approach standard, but with approach like a user who is trying to solve his problems».

Results. European political scientists determine that the best development of e-democracy where the political will and leadership are doing their functions effectively, making structural changes, which are necessary to take account of public opinion and attitudes. E-democracy on its own does not cover the constitutional and other person obligations, but it can provide them with additional benefits. Moreover, information technologies are the only driving force, not the solution. In other words, the technologies are the tools that can support and enhance democratic processes, but by no means can replace them completely.

It should be noted that modern information technologies, even in spite of their movement play a small part for democratic reforms. They cannot be the reason for e-democracy implementation. Public demand should be the main accelerator of electronization of democratic processes. E-democracy means the support and strengthening the democratic

participation which covers e-democracy sectors, where civil society and business are involved in making up formal and informal social programs and agreements and also in the process of formation and decision making. E-democracy should allow more people to participate in the formation, analysis and formulation of policy programs, in realization and monitoring the policy.

Novelty. After the revolution changes in Ukraine in 2014 this issue has become particularly relevant. The main aspects of public communications and e-democracy have been specified. In e-democracy transparency should include the transparency of participation in administration at all political levels and all stages of discussion and decision-making, realization, monitoring and evaluation. It should be noted that Ukraine has fundamental «regulatory» readiness for implementation foundations of e-democracy in Ukraine. Conclusions are drawn on the unwillingness of political elite for e-democracy implementation.

The practical significance. The research has important implications for the promotion of e-democracy in Ukraine. Recommendations are given for the representatives of all branches of power: politicians, deputies, political parties, civil servants, citizens, and voters, members of corporations and associations, civil society, media and business, including infrastructure providers.

Key words: democracy, e-democracy, digital equality, democratic governance.

Надійшла до редколегії 15.02.2016 р.

РОЗДІЛ 3

**ЖУРНАЛІСТИКА ТА ЗАСОБИ
МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

PART 3

JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION

■ УДК 124/129:82–145 В'ЯЗЕМСЬКИЙ

М. В. Дяченко, доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії та політології, Харківська державна академія культури, м. Харків

ТЕМА МАНДРУВАННЯ У ФІЛОСОФСЬКО-ПОЕТИЧНИХ РОЗДУМАХ П. В'ЯЗЕМСЬКОГО

Розглядається поетична творчість російського поета XIX ст. П. А. В'яземського в контексті світоглядних уявлень про світ, суспільство, людину. Акцентується на філософській складовій його поезії — проблематиці життя і смерті, сенсу буття, місця та ролі людини в системі природи і культури, спадкоємності поколінь у розвитку суспільства. Особливу увагу у філософсько-поетичній рефлексії поета приділено темі мандрування, подорожування, дороги. Наголошується на його критичній оцінці культурних і цивілізаційних надбань у контексті сповідування загальнолюдських моральних цінностей.

Ключові слова: природа, людина, життя, смерть, сенс буття, цивілізація, мандрування, дорога, розум, серце.

Н. В. Дьяченко, доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой философии и политологии, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

ТЕМА СТРАННИЧЕСТВА В ФИЛОСОФСКО-ПОЭТИЧЕСКИХ РАЗМЫШЛЕНИЯХ П. А. ВЯЗЕМСКОГО

Рассматривается поэтическое творчество русского поэта XIX в. П. А. Вяземского в контексте мировоззренческих представлений о мире, обществе, человеке. Акцентируется на философской составляющей его поэзии — проблематике жизни и смерти, смысла бытия, места и роли человека в системе природы и культуры, преемственности поколений в развитии общества. Особое внимание в философско-поэтической рефлексии поэта уделено теме странничества, путешествия, дороги. Обращается внимание на его критическую оценку культурных и цивилизационных достижений в контексте исповедования общечеловеческих моральных ценностей.

Ключевые слова: природа, человек, жизнь, смерть, смысл бытия, цивилизация, странствование, путь, разум, сердце.

M. V. Dyachenko, Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Head of Department of Philosophy and Political Studies, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

THE THEME OF WANDERING IN P. A. VYAZEMSKY'S PHILOSOPHICAL AND POETIC REFLECTIONS

The author considers the poetry writing of the 19th century Russian poet P. A. Vyazemsky in the context of the world, society and human visions.

The article focuses on the philosophical component of his poetry — the issues of life and death, the meaning of life, the place and role of a human being in the system of nature and culture, the succession of generations in the evolution of society. Much attention is given to the wandering, travelling, roads in the philosophical and poetic reflection of the poet. His critical evaluation of cultural and civilization achievements in the context of the manifestation of universal moral values is especially emphasized. **Key words:** nature, human being, life, death, the meaning of life, civilization, wandering, route, mind, heart.

Не все ль мы странники? Не всем ли нам
В путь роковой идти все тем же следом?
Сегодня? Завтра? День тот нам неведом
Но свыше он рассчитан по часам.

П. Вяземский

Постановка проблеми. У своїх мемуарних нотатках уже старіючий поет пригадує, що в ранні роки в його душі «пробудилася і задзвеніла поетична струна». Йому пощастило, він ще молодим увійшов до кола талановитих письменників, поетів, істориків — представників «літературної аристократії». Достатньо назвати деяких з них: С. Глінка, В. Жуковський, М. Карамзін, О. Пушкін, М. Гоголь, К. Батюшков, І. Дмитрієв, І. Крилов, Є. Баратинський, Ф. Тютчев. Дослідники його творчості сходяться в тому, що П. В'яземський уособлював головний зв'язок в історії російської культури: увійшов у вітчизняну словесність ще при житті Г. Державіна, а залишив її за два роки до народження О. Блока. Учасник Бородинської битви, свідок виступу декабристів, переживший майже всіх своїх побратимів пера, П. В'яземський, до кінця свого життя залишався вірним своїй, виробленій ще з молододу, стратегії життя — незалежність у способі мислити і відчувати дійсність, критичне ставлення до авторитетів і життєвих стереотипів. Зазначимо, що філософські аспекти творчості П. В'яземського в науковій літературі висвітлено недостатньо.

Метою статті є виявлення специфіки філософсько-поетичної рефлексії П. В'яземського в контексті соціокультурних і цивілізаційних надбань ХІХст.

Вклад основного матеріалу дослідження. Філософська складова в поезії П. А. В'яземського настільки виразна, що навіть метафізично недосвідченому читачеві легко переконатися в цьому. Та і сам поет у своїх автобіографічних нотатках зазначав, що для нього притаманніша поезія думки, ніж відчуттів — звуків, кольорів, і він ніколи не пожертвує звуком заради думки. Тематично його поетичну творчість можна поділити на декілька частин, кожна з яких поєднується певною

темою: життя суспільне і домашнє, літературне середовище, людина і природа, життєві перекази тощо. Але мабуть домінуючого в його поезії є тема мандрювання, подорожі, ним невідступно володіла «охота к перемене мест», за висловом О. Пушкіна. І, дійсно, П. В'яземський надавав перевагу мандрюванню, подорожуванню перед домуванням:

Отовсюду мне уехать бы хотелось
И никуда приехать не хочу.
[1, с. 117].

Такий спосіб життя поета був значною мірою зумовлений його державною службою, зокрема за кордоном (чиновник Варшавської канцелярії М. Новосильцева — одного з наближених до імператора Олександра I), необхідністю лікування на відомих курортах Європи. Достатньо зазначити, що останні два десятиліття життя він перебував в основному за кордоном і помер у німецькому містечку Баден-Бадені.

Усе це «життя на колесах» позначилося на його поезії і прозі. Він задоволений таким способом життя, як мандрювання, особливо, якщо воно відбувається в межах Європейського життєпростору, але часто і проклинає його за дорожній і побутовий дискомфорт. Саме в дорозі багато чого ним передумано — про пережите, повсякденне та перспективи особистого і суспільного життя.

Подорожування російською трійкою з бубонцями, а також на той час уже запровадженими в повсякденному житті пароплавами і залізницями викликало в поета філософсько-поетичні роздуми. А роздуми ці («дорожні думи», як називав їх поет) здебільше про нове і старе, взаємозв'язок поколінь, мінливість світу, зрештою — про життя і смерть, сенс людського буття.

Усі ці сенсожиттєві питання, як і достоїнства осілого життя, наприклад, проживання в лісовій дачі («Счастливый уголок моей уютной дачи, досуг я променял на почтовые клячи») поет розглядав у контексті дорожнього життя. Симптоматичним є й те, що останній прижиттєвий збірник віршів поета, що вийшов друком у 1862 р., мав назву «В дороге и дома». Коли їдеш «в края далекие, под небеса чужие», зазначав поет, повертаєшся подумки до залишеної малої і великої батьківщини, домашнього вогнища, рідних та близьких людей і оцінюєш усе це поглядом здалека.

В края далекие, под небеса чужие
Хотите вы с собой на память перенесть
О ближних, о стране родной живую весть,
Чтоб стих мой сердцу мог, в минуты неземные,
Как верный часовой, откликнуться: Россия!

Когда беда придет иль просто как-нибудь
Тоской по родине занеет ваша грудь ...
[1, с. 27–28].

Час від часу поет вирушав у дорогу в кібітці, яку волочила трійка коней, пароплавом чи в залізничному вагоні — усі ці засоби пересування він називає «кочующей берлогой». Кочовий спосіб життя для нього, зазвичай, є бажаним, потребою духу.

Мне нужны: это развлечение,
Усталость тела и тоска,
И неподвижное движение,
Которым зыблюсь я слегка.
В них возбуждительная сила,
В них магнетический прилив,
И жизни потаенной жила
Забилась вдруг на их призыв.
[1, с. 34].

Поета не зупиняють побутовий безлад і бездоріжжя Росії, хоча часто і нарікав з цього приводу:

Скажите, знаете ль, честные господа,
Что значит русскими проселками езда?
[1, с. 35].

П. В'яземський звертався до жителів західних цивілізованих країн з певною заздрістю стосовно існуючого в них дорожнього порядку:

Вам жить легко. Судьба вам служит по контракту
И вас возить должна все по большому тракту.
Для вас проселков нет. Всегда пред вами цель,
Хотя б вы занесли за тридевять земель.
Нет, вызвал бы я вас на русские проселки,
Чтоб о людском житье прочистить ваши толки.
Тут мир бы вы другой увидели! Что шаг –
То яма, косогор, болото иль овраг.
Я твердо убежден, что со времени потопа
Не прикасалась к ним лопата землекопа.
[1, с. 35].

Але росіянин, хоча й нарікає на неприхильну до нього і його батьківщини долю, зникає до всього, пристосовується до існуючого безладу і невлаштованого життя.

Проселки — ад земной; но русский бог велик!
Велик — уж нечего сказать — и наш ямщик.
[1, с. 37].

* * * *

Степи голые, немые,
 Все же вам и песнь, и честь!
 Все вы — матушка Россия,
 Какова она ни есть.
 [1, с. 47].

Подорожуючи, не зважав на побутовий і дорожній дискомфорт: зовнішні обставини, мінливий світ для нього начебто не існують. Він усамітнюється, його душа перебуває в стані саморефлексії.

Мне все одно: обратным оком
 В себя я тайно погружен,
 И в этом мире одиноком
 Я заперся со всех сторон.
 Мне любо это заточенье,
 Я жизнью странной в нем живу:
 Действительность в нем — сновиденье,
 А сны — я вижу наяву!
 [1, с. 34–35].

«Дорожная дума» (саме так називається один із віршів) є багато-плановою, рухливою, мінливою. Констатує, що дух — неподільна єдність думки і сердечних відчуттів. Людина живе думкою, яка холодна, розсудлива з присмаком скепсису, безпристрасно фіксує події, ретельно аналізує кожну з них, відокремлюючи від загального калейдоскопу життя.

Дни странника листам разрозненным подобны,
 Их разрывает дух насмешливый и злобный;
 Нет связи: с каждым днем всё сызнова живи.
 [1, с. 29].

Але водночас людина живе і сердечним життям: почуття, емоції, переживання, мрії, звички, радощі, горе, любов, ненависть, сум — усі ці інтенції душі утворюють життя серця, про що з натхненням писав П. В'яземський:

А жизнь и хороша преданьями любви,
 Сродством поверий, чувств, созвучьем впечатлений
 И милой давностью привычных отношений.
 В нас ум — космополит, но сердце — домосед:
 Прокладывать всегда он любит новый след,
 И радости свои все в будущем имеет;
 Но сердце старыми мечтами молодеет,
 Но сердце старыми привычками живет

И радостней в тени прошедшего цветет!
[1, с. 29].

Життя серця — живе життя: тепло домашнього затишку, спілкування в родині, в колі близьких за духом друзів і приятелів — високо цінує поет. І це — той поет, який, за власним зізнанням, зорієнтований переважно на філософську рефлексію! Свої сердечні почуття він проникливо передав у віршах, які безпосередньо втілюють зміст «дорожніх дум». У чужому краї, із чужими звичаями доля іноді дарує мандрівникові теплий загишок, у якому можна безтурботно «сердце развернуть». Так у німецькому місті Франкфурті він неочікувано зустрів земляків — росіян, котрі живуть там осілим життям, вони запросили до себе в гості, «на чай». Звертаючись до господарів, поет говорив:

У вас по-русски здесь — тепло и хлебосольно,
И чувству и уму просторно и привольно;
Не дует холодом ни в душу, ни в плеча,
И сердце горячо, и печка горяча.
[1, с. 30].

Хай німці ввечері, випивши пиво і запаливши цигарки, готуються до сну, росіянина, всупереч німецькому порядку, вабить якась таємна сила — посидіти за чайним столом. Особливо подобався П. В'яземському чай із самовара, він, услід за Г. Державініним («Отечества и дым нам сладок и приятен»), прославляв самовар — цей «симейный алтарь», «ковчег домашних благ», «домашний запеваха». Повсюдно в Росії він — учасник сімейних зібрань.

У дорозі людина має змогу переоцінити цінності, чіткіше усвідомити користь і недоліки сформованих звичок, осмислити значення осілого життя. П. В'яземський мріяв про той час, коли людина переживатиметься зі швидкістю передачі сигналу телеграфом:

Дойдет ли до того затейливый наш век,
Который много снял оков с нас и опек,
Чтоб перебрасывать и нас по телеграфу.
[1, с. 94].

Нині, в час авіаперельотів, телебачення й інтернету, можна відповісти поетові (якби він міг нас почути): так, люди дійшли до омріяної поетом межі за останні два століття.

Однак П. В'яземський не був би вірним своєму скептичному розуму, якби спокусився існуючими технічними досягненнями. Свідок прискороного розвитку цивілізації і навіть сам користувач її благ (пароплави, залізниця, телеграф, освітлення міст газом), він, як

і Ж. Ж. Руссо, а пізніше — Л. Толстой, критично осмислював їх, оцінював життя цивілізованого суспільства в контексті загальнолюдської моралі. Чи стала морально досконалішою людина внаслідок швидкого поступу техніки і науки в XIX столітті ?

Смышлен, хитер ты, век. Бесспорно!
 Никто из братии твоей,
 Как ты, не рыскал так проворно,
 Не зажигал таких огней.
 Что ж проку? Свесьть ли без пристрастья
 Наш человеческий итог?
 Не те же ль немощи, несчастья
 И дразги суетных тревог?
 [1, с. 40].

І хіба ми з вами, читачу, — жителі XXI ст. — не солідарні з П. В'яземським? Хіба в наш атомний вік світ став кращим, а люди морально чистішими і толерантнішими в ставленні один до одного? Запитання сучасної людини до самої себе такі ж самі, як двісті років тому. Ось як їх озвучував поет:

Болезни сделались ли реже?
 Нет, редко кто совсем здоров,
 По-прежнему — болезни те же,
 И только больше докторов.
 И люди могут ли надежно
 Своим день завтрашний считать,
 От правды отличить, что ложно,
 И злом добра не отравляют?
 Нет! Так же часты приговоры,
 Дешам так же счёта нет:
 И всё же не уймутся воры,
 И мира не дождётся свет.
 [1, с. 41].

Людина дедалі глибше пізнає світ, енергійніше препарує природу, більше виробляє і споживає продуктів, але у своєму духовному вимірі морально занепадає і деградує як розумна і відповідальна істота. Саме це з гіркотою констатував поет:

Как ты молвой ни возвеличен,
 Блестящий и крылатый век!
 Всё так же слаб и ограничен
 Тобой вскормленный человек.
 [1, с. 41].

Він немовби через віки заглядає в наше, ХХІ ст., можливо, і у віддалене майбутнє всього людства.

Как светоч твой нам ни сияет,
Как ты ни ускоряй свой бег,
Всё та же ночь нас окружает,
Всё тот же темный ждет ночлег.
[1, с. 42].

На життєвому шляху П. В'яземського, на просторах східноєвропейських рівнин частіше траплялися степи, переліски, ліси. Але існувала для нього ще одна природна стихія, котру він дуже любив і сприймав дещо по-містичному, — це море. В окремих віршах П. В'яземський порівнював його то з людською душею, то з життям узагалі.

Нужны нам: звучный плеск, разноцветный твой блеск,
Твой прибой и отбой, твой простор и свобода;
Ты природы душа! Как ни будь хороша,—
Где нет жизни твоей — там бездушна природа!
[1, с. 49].

Особливо вражало поета море в нічний час, коли не спиться і здалека доносився гул морського прибою, викликаючи якийсь глибокий душевний неспокій.

О чём ты, море, так тоскуешь?
О чём рыданий грудь полна?
Ты с тишиной ночной враждуешь,
Ты рвёшься, вопишь, негодуешь,
На ложе мечешься без сна.
[1, с. 32].

Чи не та сама душа людська в час безсоння хвилюється і марить про щось неземне, невиразне і смутне, яке виникає з глибин несвідомого і примушує людину сумувати і радіти, викликає біль, любов і сльози?

Но всё, о море! всё ничтожно
Пред жалобой твоей ночной,
Когда смутишься вдруг тревожно
И зарыдаешь так, что можно
Всю душу выплакать с тобой.
[1, с. 32].

На відміну від, здавалося б, спокійних і статичних полів, море текуче, мінливе, неспокійне, як і саме життя. В ньому чути гуркіт водяних валів, підводний гул, плескіт і ревіння хвиль, жалібний стогін і шалений регіт. Інколи воно поводить себе як стомлена і хвора

людина і, перемагаючи біль, ледве переводить дух. Приваблива морська далечінь заворожує поета, наводить його на філософські роздуми: чи не є море уособленням усього буття, вічного і нескінченного універсуму?

Нет пространству границ! Мыслью падаешь ниц —
И мила эта даль, и страшна бесконечность!
И в единый символ, и в единый глагол
Совмещается нам скоротечность и вечность.
[1, с. 49].

Поет прислуховувався до моря, намагаючись зрозуміти, про що шумить воно, які тайни весвіту намагається розкрити людині.

Ты что-то хочешь рассказать
Про таинства природы вечной
И нам волною скоротечной
Глубокий смысл их передать.
[1, с. 131].

Море немовби підказувало йому, що він уже на піку життєвої хвили, котра невимовно несе його до берега.

Теперь, что с альфы на омегу
Я окончательно попал,
Теперь, что после бурь ко брегу
Несет меня последний вал.
[1, с. 125].

Тема мандрування у творчості П. В'яземського не є випадковою. Для нього дорога, шлях, мандри — символи людського життя. Життя — та сама дорога з її початком і кінцем: «Поутру колыбель, а к вечеру — могила». У кожного подорожанина на початку шляху був «жезл в маршальской сумме», але настав полудень життя, «стал небосклон темней и путь как будто уже»? Самокритично оцінюючи прожите життя, поет зауважував, що його дорога радше «проселочная», аніж «столбовая». Ідучи цією, важкою прохідною дорогою, багато чого він не зміг здійснити. Звертаючись до пережитого, П. В'яземський писав:

Меня влекло, ты уносило,
Как там рассудок не грози;
Вдали все так казалось мило,
Все было приторно вблизи...
Всегда искал я целей новых
И не достиг ни до одной;
Ценою опытов суровых

Я дослужился на покой.

[1, с. 93].

У подальшому П. В'яземський дотримувався певної «стратегії» життя, про яку говорили ще стародавні мудреці — правило «золотої середини». Цей «середній» шлях — найскладніший для здійснення, оскільки потребує виваженої мудрості: не вдаватися до крайнощів, не зазнавати впливу протидіючих сил, не потрапляти в полон емоцій і не спокушатися силою власного розуму.

Идешь ли среднюю дорогой?

Тебе со всеми врозь идти;

Ни добрым словом, ни подмогой

Никто не встретит на пути.

Но к крайности себя причисли —

И застрахован твой успех:

Спокойный ум и зрелость мысли

Для многих — жалость или смех.

[1, с. 103].

Наприкінці життя людина, зазвичай, підбиває певні підсумки пройденого шляху.

Приятно путнику с холма окинуть глазом

Весь путь, который он с утра перебежал.

И под вечер себе устроит свой привал.

[1, с. 106].

Говорячи про підсумки свого життя, поет відзначав, що намагався своїм письменницьким пером діяти творчо, конструктивно, заради блага ближнього.

Воспитывать в сердцах прекрасному служенье;

Там, где вражда страстей, поведать примиренье;

Кому сказать: вперед! кого предостеречь;

Почуешь ли в груди дух творчества — облечь

Сочувственную мысль в сочувственное слово;

Не гнать все старое пред тем, что только ново;

Все новое не гнать, держать из рода в род

Того, что отцвело и принесло свой плод...

[1, с. 106].

Але життя парадоксальне: людина намагається робити добро, а в дійсності часто її намагання приносять страждання і розчарування: всупереч утвердженню добра торжествує зло.

Все, что не нужно, все, что вредно,

Везде в обилии большом;

Добро ж так редко и так бедно,
 Что добывается с трудом.
 Но скорбь такое достоянье,
 Что можешь с ним весь век проведь.
 Нет, жизнь не дар, а наказанье.
 Вопрос: за что? Ответ: бог весть!
 [1, с. 141–142].

Нелегко йти «проселочной» дорогою життя, контури її ледь-ледь намічені попередніми подорожніми, багато на ній завалів, тупиків, іноді слід її взагалі зникає. Куди йти, які цінності сповідувати? Сумніви, запити розуму і серця — постійна тема філософсько-поетичних роздумів П. В'яземського.

Иль я игрок плохой, иль жизнь игра плохая,
 Но все я в дураках, внаклад себе играя...
 Так к лучшему идет все в лучшем нашем мире,
 Где для меня успех — все неизвестный X,
 А неудача сплошь — как дважды два четыре.
 [1, с. 119]

Не знаходячи відповідей на виникаючі запитання, П. В'яземський часто впадав у розпач, висловлював занепокоєність щодо невирішеності смисложиттєвих проблем, що викликало песимістичні роздуми.

О чем заботиться? Без вашей воли
 Прядется нить дней неподвластных нам.
 Не мы себе предназначаем доли,
 Куда идти? По терням иль цветам?
 К чему скорбеть? Надеяться напрасно, —
 Что было — было, прошлое — прошло,
 Что будет впредь? Как знать? Одно нам ясно:
 Жизнь мимо идет, с ней добро и зло.
 [1, с. 87].

Здавалося б, наприкінці шляху, коли багато чого з пережитого позаду, людина збагачена набутим досвідом, може благоденствувати, спокійно жити і навіть надавати мудрі поради тим, хто ще в дорозі. Але поет не спокушався: як і раніше, світ для нього — загадка, остаточних відповідей на «вічні» запитання буття немає і, радше, не буде.

Я не хвалюсь смиренностью моею
 Не мудрости моя смиренность дочь,
 Могу ль сказать, что я духовно зрею?
 Нет, вижу я, что наступает ночь.
 Уж подвиг мой окончен. Неудачен,

Хорош ли он? Здесь не об этом речь.
Но близок час, который предназначен,
И ношу дня пора мне сбросить с плеч.
[1, с. 87].

Мандрівникові складно і на початку мандрів, коли робить свої перші кроки на незвіданому шляху, але, мабуть, найскладніше наприкінці, коли йому, стомленому тривалим переходом, слід зібратися і тілом, і душею. П. В'яземський убачав певний тайний смисл і натяк у звичаї, що практикується подорожніми: відправляючись у далеку путь, «присесть на дорожку» і побути якусь мить у тиші.

Когда кто в путь отправится готов,
Присядет он в тиши благоговейной,
Сосредоточится в себе самом
И, оградясь напутственным крестом,
Предаст себя и милых ближних богу,
А там бодрей пускается в дорогу.
[1, с. 79].

Яким би тривалим не було гостювання людини на цій землі, а настає і її час збиратися в останню путь.

Уж не за мной ли дело стало?
Не мне ль пробьет отбой? И с жизненной бразды.
Не мне ль придется снести шалаш мой и орало
И хладным сном заснуть до утренней звезды?
[1, с. 37].

Людина, обтяжена розумовою рефлексією, зорієнтована переважно своїми сердечними почуттями, зазвичай, не думає про особисту смерть і не приділяє їй особливого значення. «Живи, поки живеться!» — часто доводиться чути в колі спілкування з друзями, приятелями. Ось і П. В'яземський говорив про це:

Пока живется нам, все мним: еще когда - то
Нам отмежует смерть урочный наш рубеж;
Пусть смерть разит других, но наше место свято,
Но жизни нашей цвет еще богат и свеж.
[1, с. 37].

На певному етапі людина раптом прозріває, усвідомлюючи, що безсмертя — привід і запитує: «Чи бува не моя настала черга?». Усі життєві справи і тривоги стають для неї несуттєвими, людина наодинці повинна вирішити останню «справу» — піти з цього життя.

Не лучше ль каждому пред той дорогой
Собраться с духом, молча, одному

Сойти спокойно во внутреннюю келью
 И дать остыть житейскому похмелью,
 И отрезвиться страстному уму.
 [1, с. 80].

П. В'яземський прожив довге життя, стомився від нього, про що неодноразово нагадував і собі, і читачеві у віршах, написаних наприкінці життя.

Мне в тягость жить; хочу забыться,
 Хочу не знать, что я живу,
 Хочу от жизни отрешиться
 И от всего, что наяву.
 * * * *

С днем каждым жизни путь темней и безнадежней,
 Порвались струны бытия:
 Страдающая тень, обломок жизни прежней,
 Себя, живой мертвец, переживаю я.
 [1, с. 144, 157].

Немає більше сил далі продовжувати життєвий шлях: хвороби, постійна недуга докучають людині: їй і жити, і помирати важко. У своєму прекрасному вірші «Цветок» поет пише:

Зачем не увядаем мы,
 Когда час смерти наступает,
 Как с приближением зимы
 Цветок спокойно умирает?
 [1, с. 147–148].

Покидаючи цей світ, поет не сподівається на загробне життя. Не бажає щоб життя в останню мить сказало: «до побачення» [1, с. 143].

Завершено мандрювання поета життєвими шляхами цього загадкового світу, вписана ще одна сторінка в літопис світової поезії. Але життя продовжується, одні покоління змінюють інші, до них звертався поет зі словами:

Счастливы юноши! Надеемся: завтра — ваше,
 А наша собственность: вчера.
 [1, с. 147].

П. В'яземський сподівався, що його творчість не буде забута і знайде відгук у нових поколінь:

Но все же, может быть, рожден я не напрасно:
 В семье людей не всем, быть может, я чужой,
 И хоть одна душа откликнулась согласно
 На улетающий минутный голос мой.
 [1, с. 143].

Висновки. Підсумовуючи розгляд специфіки філософсько-поетичної рефлексії П. В'яземського, маємо констатувати, що в його особі гармонійно поєднуються дві складові: поетична обдарованість і аналітичний, критично орієнтований філософський розум. Підтвердженням є вся його поетична творчість. Серед видатних представників російської літератури XIX ст. саме П. В'яземському найбільшою мірою (можливо за винятком М. В. Гоголя) вдалося реалізувати ідею мандрування як способу філософсько-поетичного осягнення дійсності — природи, суспільства, культури побуту — на європейському просторі. Досягнуті надбання у творчості поета певною мірою збагачують уявлення сучасної людини про філософську, культурологічну й естетичну складові суспільного життя XIX ст.

Список використаних джерел

1. Вяземский П. А. Стихотворения. Воспоминания. Записные книжки / П. А. Вяземский ; сост. Н. Г. Охотина ; вступ. ст. и прим. А. Л. Зорина и Н. Г. Охотина. — М. : Правда, 1988. — 480 с.

References

1. Vyazemskiy P. A. Stikhotvoreniya. Vospominaniya. Zapisnyye knizhki / P. A. Vyazemskiy ; sost. N. G. Okhotina ; vstup. st. i prim. A. L. Zorina i N. G. Okhotina. — M. : Pravda. 1988. — 480 s.

■ UDC 124/129:82–145 VYAZEMSKIY

Dyachenko M. V., Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Head of Department of Philosophy and Political Studies, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

THE THEME OF WANDERING IN P. A. VYAZEMSKY'S PHILOSOPHICAL AND POETIC REFLECTIONS

The aim of this paper is to interpret specific features of the philosophical and poetic reflection of P. A. Vyazemsky in the context of the socio-cultural and civilization achievements of the 19th century.

Research Methodology. The research strategy consists of general scientific methods: historical (consideration of the sociocultural situation in the European cultural context of the 19th century); analytical (determination of the philosophical, poetical and esthetical aspects in P. A. Vyazemsky's poetry writing); comparative (comparison of the general and special features of the Russian and European culture).

Results: Studying P. A. Vyazemsky's poetry writing has demonstrated that it highlights the world, society and human visions. Much attention is given to the wandering, travelling, roads in the poet's philosophical and poetic reflection. The article identifies the philosophical component

of his poetry — the issues of life and death, the meaning of life, the place and role of a human being in the system of nature and culture, the succession of generations in the evolution of society.

The article gives a rationale thinking of the poet's personality, the harmonious balance of his poetical talent and analytical mind, whose critical evaluation is focused on the philosophical values. The analysis of P. A. Vyazemsky's poetry writing in the aspect of wandering subject unfolds the value of this artist to the modern readers in forming global poetic and philosophical culture.

Novelty. The specific features of P. A. Vyazemsky's philosophical and poetic reflection are identified in the context of the socio-cultural and civilization achievements of the 19th century. The thought is specified that among eminent poets of the 19th century Russian culture it is P. A. Vyazemsky who realized the idea of wandering as a way of philosophical and poetical comprehension of nature and socio-cultural reality.

Practical significance: The article contributes to the history of poetical, philosophical and esthetical thought. The material in this article can be of interest to the teachers, graduates, students of philological and philosophical departments and readers, who are interested in the issues of the theory and history of spiritual culture.

Key words: nature, human being, life, death, the meaning of life, civilization, wandering, route, mind, heart.

Надійшла до редколегії 24.02.2016 р.

■ УДК 070: 621

Н. Є. Горошкевич, старший викладач, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

ДЕЯКІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСІВ ДЕРЖАВОТВОРЕННЯ В ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ ІВАНО-ФРАНКІВЩИНИ

Розглянуто духовні, ідеологічні, культурні, релігійні й інші чинники формування процесів державотворення в друкованих виданнях Івано-Франківщини періоду 2008–2009 рр. Виокремлено і проаналізовано сильні та слабкі сторони регіональної преси в контексті державотворення.

Ключові слова: чинники, державотворення, регіональні ЗМІ та преса, національна свідомість, інформаційний простір.

Н. Е. Горошкевич, старший преподаватель, Национальный университет «Львовская политехника», г. Львов

НЕКОТОРЫЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ СОЗДАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ В ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЯХ ИВАНО–ФРАНКОВЩИНЫ

Рассмотрены духовные, идеологические, культурные, религиозные и другие факторы формирования процессов создания государственности в печатных изданиях Ивано-Франковщины периода 2008–2009 гг. Выделены и проанализированы сильные и слабые стороны региональной прессы в контексте создания государственности.

Ключевые слова: факторы, создание государственности, региональные СМИ и пресса, национальное сознание, информационное пространство.

N. Ye. Horoshkevych, senior lecturer, Lviv Polytechnic National University, Lviv

SOME FORMATION FACTORS OF STATE PROCESSES IN PUBLICATIONS OF IVANO-FRANKIVSK REGION

The author considers the spiritual, ideological, cultural, religious and other factors of nation-building process in the printed publications of Ivano-Frankivsk region during 2008–2009. The paper identifies and analyzes the strengths and weaknesses of the regional press in the context of nationhood.

Key words: factors, nation-building, regional media and the press, national consciousness, information space.

Постановка проблеми. Результати досліджень свідчать, що протягом останніх років засоби масової інформації стають одним з популярних та важливих каналів впливу на національну свідомість,

духовні, ідеологічні, культурні, релігійні й інші процеси, що відбуваються в суспільстві. Мас-медіа є потужним комунікативним засобом суспільства, через який репрезентується громадянська думка, створюється інформаційний простір, відбувається процес державотворення — комплексний довготривалий процес, спрямований на утворення та зміцнення держави, що має культурні, політичні, міфологічні, релігійні й інші чинники.

Інформаційний простір будь-якої держави розглядається як важлива складова та невід'ємний атрибут функціонування держави. Україна зазнає зміни політичного, національного, ідеологічного світогляду. Трансформації в суспільстві позначаються на демократичних процесах ЗМІ та становленні національного інформаційного простору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі проблеми формування національної свідомості в контексті державотворення за допомогою медіа, інформаційно-комунікативних систем, створення державного національного інформаційного простору досліджуються в працях вітчизняних науковців В. Лизанчука, В. Здоровеги, О. Копиленка В. Миронченка, А. Москаленка, Г. Почепцова, В. Різуна, А. Чічановського, В. Шкляра, В. Воробйова, Т. Добросколонської, К. Маркелова, Л. Мухамедової, В. Попова, В. Іванова, Ю. Бідзіля та ін. Питанням формування і реалізації державної інформаційної політики присвячені дослідження фахівців О. Гриценка, Г. Почепцова, С. Чукута, В. Шкляра та ін.

Засоби масової інформації відіграють надзвичайно важливу роль у процесі консолідації суспільства, формування національної свідомості, державотворенні, оскільки суттєво впливають на створення історичного, культурно-самобутного, інформаційного простору, який допомагає згуртувати громадян держави в націю. В. В. Лизанчук зазначає: «...людські спільноти творяться мережами інформаційних комунікацій, через які передається необхідна державно-політична, суспільно-економічна, ідеологічна, історична, етнічна та інша інформація. Національна мережа засобів масової комунікації — це один із «трьох китів», на якому базується державна самосвідомість...» [6, с. 15].

Засоби масової інформації приділяють значну увагу історичним подіям та постатям, ідеям патріотизму, ролі церкви, впливу української еліти на процес формування національної свідомості, культури й ідеології, загальнонаціональної ідентичності. Роль історичних постатей у процесі державотворення розглянули у своїх працях В. Шевчук (1996 р.), С. Борисов (1997 р.), М. Шудря (1999–2000 рр.). Також порушені питання місця та ролі української еліти в процесах державотворення в працях А. Пахарєва (1997 р.), А. Круглашова (1998 р.),

П. Валігурського (1998 р.), М. Головатого (1999 р.), О. Кривицької (1999 р.), І. Онищенка (2000 р.), Л. Залізняка (2003 р.) та ін. У публікаціях С. Смирнова (1999 р.), С. Сьоміна (2002 р.), О. Барабаша (2008 р.) розглянуто роль релігії та церкви у формуванні державотворення.

В Україні набуває актуальності проблема вироблення єдиної інформаційної політики, яка сприятиме зміцненню процесів державотворення та толерантній комунікації серед представників різних регіонів країни. Водночас недостатньо приділено уваги значенню регіональних медіа. Нині існують певні розбіжності в змісті публікацій регіональних мас-медіа стосовно ідеї збереження та поширення українських національних традицій, інтересів і державності. Оскільки комунікативна діяльність ЗМІ в регіонах дедалі зростатиме, її вплив на формування суспільної думки посилюватиметься, то завдання регіональних медіа полягає в тому, щоб їхня діяльність сприяла розвитку національної свідомості. Цими ключовими проблемами й зумовлена актуальність розвідки. **Мета статті** — дослідити регіональну пресу (на прикладі Івано-Франківщини) в парадигмі державотворення. Основні завдання: проаналізувати аспекти формування національної свідомості як складової державотворення в друкованих медіа Івано-Франківщини та виокремити позитивні та негативні явища, притаманні регіональній пресі в контексті державотворення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Медіа відіграють важливу роль у формуванні та зміцненні національної свідомості, культурної, етнічної, мовної й духовної складових, які є основою побудови державності. Засоби масової комунікації мають можливість оперативно транслювати єдині ідеї, цінності в масштабах країни, об'єднуючи численну аудиторію. Передусім цю функцію завжди виконувала преса. Незважаючи на тотальну інтернетизацію та швидку міграцію в інтернет частини медіааудиторії, перехід преси, радіо та телебачення в он-лайн, роль друкованих видань є важливою.

Говорячи про вплив регіональних ЗМІ на формування національної свідомості, слід згадати праці С. Вовканича «Державотворення: чи завжди збігаються національний і регіональний вектори» (1996 р.), де йдеться про відмінності в поглядах, ідеях, цінностях різних регіонів України [2], та Ю. Бідзіля (2001 р.) щодо впливу преси Закарпаття на процеси державотворення. У 2005 р. порушувалося питання про відсутність єдності серед регіональних ЗМІ щодо національної ідентичності. Українська національна ідея розглядається як «... тріада національного історичного міфу, сучасного національного інтересу та спрямованого в майбутнє національного ідеалу. Заангажовані певними

політичними силами, з їх внутрішньополітичними та зовнішньополітичними інтересами й орієнтирами, регіональні засоби масової інформації викладають саме їхнє бачення складових цієї тріади» [9, с. 146]. Процес становлення й зміцнення держави тісно пов'язаний з посиленням ролі засобів масової комунікації, як особливого інструменту відтворення думок, ідей, поглядів різних прошарків населення країни. Регіональні ЗМІ відбивають реальну соціокультурну, національну та етнічну ситуацію, яка склалася в окремих регіонах [3].

Прикарпаття, зокрема Івано-Франківщина, є специфічним регіоном України, що зумовлено сукупністю історико-культурних, географічних та соціально-політичних чинників. Специфікою його є особливості формування національної ідентичності та самоідентифікації населення області. Історія краю свідчить про інтенсивні міжетнічні зв'язки автохтонного населення Галичини з представниками інших європейських (німцями, поляками, чехами) та близькосхідних народів (вірменами, євреями). Здобуття незалежності України вплинуло на життя всіх народів, які проживали в регіоні, зумовило радикальні суспільні перетворення. За таких сприятливих умов на території Галичини активізувався національний рух, виникли національні товариства, відродились національні традиції. Івано-Франківщина зацікавлює своєю національною ідентичністю та збереженою національно-культурною самобутністю, сильною патріотичністю. Регіональні ЗМІ Прикарпаття активно впливають на формування національної свідомості, постійно підтримуючи зв'язок з громадами, організаціями, політичними й громадськими об'єднаннями, інформують громадськість про рішення уряду щодо різних сфер суспільного життя, моніторять думку громадян регіону та формують на основі цього політику місцевої влади, аналізують суспільні реакції на дії уряду, відповідальних осіб регіону й представників місцевого самоврядування, забезпечують сприятливий політичний клімат в області, роз'яснюють актуальність та основні напрями діяльності місцевих органів виконавчої влади. Складні процеси національного державотворення супроводжуються трансформацією і становленням національного інформаційного простору [9].

На основі аналізу газети Івано-Франківщини за 2008–2009 рр. можна зазначити, що приблизно десять газет суттєво вплинули на формування громадської думки в контексті державотворення. Переважно це неспеціалізовані суспільно-політичні видання різних форм власності, засновниками яких були обласна, міська та районні ради, політичні партії й приватні особи. У контексті державотворення на увагу заслуговують насамперед такі обласні та районні газети:

«Галичина», «Західний кур'єр», «Світ молоді», «РепортеР», «Галицький кореспондент», «Прикарпатська правда», «Станіславська газета», «Вечірній Івано-Франківськ», «Івано-Франківський Оглядач», «Снятинська вежа». У друкованих виданнях досліджуваного періоду значна увага приділяється політичному життю в регіоні та країні, питанням релігії, історичним подіям і визначним датам, знаковим явищам державотворення, проведенню патріотичних заходів тощо.

Наприклад, у «Галичині» та «Вечірньому Івано-Франківську» багато великих за обсягом публікацій, що висвітлюють значення історичних постатей у становленні державності, наголошують на таких аспектах історії, які найповніше демонструють волю українського народу до незалежності, його досвід формування держави, ставлення до питань політики, релігії, історії, культури, освіти. Численні публікації, що допомагають сформуванню громадянську, державницьку позицію, приурочені до святкувань певних історичних дат, визначних подій. Адже тільки громадяни, котрі добре знають історію своєї Батьківщини, можуть свідомо і зважено ставитися до державотворення. Наприклад, Василь Лизанчук у своїй подачі «І чужому научайтесь, й свого не цурайтесь» наголошує, що необхідно правильно оцінювати події минулого й адекватно реагувати на виклики сьогодення, щоб обирати правильний шлях у майбутньому [7]. Особливою темою публікацій «Вечірнього Івано-Франківська» є вшанування національних героїв та відзначення пам'ятних дат. Найпопулярнішими за проаналізований період у пресі Івано-Франківщини були дискусії щодо спорудження монументів у містах та Меморіального комплексу Степанові Бандері в обласному центрі, заходи щодо вшанування УПА, героїв Крут і героїв Великої Вітчизняної війни, жертв радянського терору. Такі публікації змушують по-іншому проаналізувати історичні події, сформулювати висновки на майбутнє. Автори «Галичини» приділяють значну увагу історії Івано-Франківщини: історичній ролі древнього Галича [8], Коломийщини, визволенню Івано-Франківська від фашистських загарбників [5], гуцульським визвольним рухам [9], регіональним традиціям, діяльності місцевих істориків, літописців [5]. Трапляються публікації про ЗУНР, як приклад української державності [1]. Незважаючи на те, що газета «Галичина» друкує якісні патріотичні матеріали, іноді вони подаються в пафосній формі, перенасиченій штампами, представляють доволі застаріле трактування національної ідеї. Складається враження, наче автори і досі живуть реаліями 90-х, повторюючи з публікації в публікацію одні й ті самі гасла, ідеї і навіть фрази, що сприймаються сучасною аудиторією як ознака застарілості, обмеженості та фальші,

що призводить до зниження, особливо серед молоді, зацікавленості друкованою пресою.

Газета «РепортеР» подає матеріали стосовно філософії нової української держави як однієї зі складових державотворення. Публікації допомагають осмислити дійсність і спрогнозувати майбутнє, базуючись на різноманітних аспектах філософського підґрунтя творення держави.

Актуальними в публікаціях газети «Галичина» є питання мови, літератури, освіти, розвитку науки. Прикарпаття — регіон традиційно україномовний, тому відсутність належної підтримки зі сторони держави щодо збереження мови та підтримки видавництва українськомовних книжок турбують авторів регіональних медіа. Важливими в контексті державотворення є питання освіти та науки, адже справжні фахівці своєї справи можуть творити успішну і процвітаючу державу. Без належного розвитку освіти й науки неможливий будь-який прогрес. Система освіти впливає на формування культурних і духовних цінностей, сприяє вихованню патріотизму, формуванню національної свідомості.

Деякі районні видання відзначені тим, що здійснюють передрук матеріалів з інших газет або інтернет-джерел, які опосередковано стосуються або поверхово розкривають теми державотворення. Щоправда, трапляються створені редакторами цікаві замітки.

Обмеження фінансування суттєво впливає на зміст публікацій у пресі та призводить до друку замовних публікацій. У такому разі немає чіткої лінії формування громадянської позиції в читацької аудиторії. Якщо ЗМІ є залежними, то вони стають провідниками ідеології контролюючих фінансових груп, знаряддям маніпуляції суспільною свідомістю в інтересах певних політичних партій, громадських або комерційних організацій. Найчастіше ці засоби масової інформації не сприяють вихованню національних цінностей та державотворення.

Утім, слід виокремити патріотичні газети, які повністю реалізують завдання державотворення, але не всі публікації дотримують принципу об'єктивності автора.

Можна також відзначити, що в регіоні існують друковані медіа, в яких дотримують журналістської етики та стилю, де водночас формують у читача любов до України, допомагають завданням державотворення, незважаючи на інколи необґрунтовані висвітлення існуючих в області проблем. Так, газета Івано-Франківської обласної ради «Галичина» доволі вільно оцінює дії міської влади, а тижневик міської ради «Західний кур'єр» критично висвітлює діяльність обласної влади. Найкритичніші матеріали друкує газета «РепортеР», поміркованіші

«Галицький кореспондент». Матеріали, зазвичай, окрім гнівної риторики, містять справжні журналістські дослідження, автори не лише спілкуються з людьми та відвідують місця події, а й звертаються до архівів та здійснюють запити до відповідних інстанцій. Публікації цих видань завдяки авторам змушують читача спрямовувати думки в напрямі формування державницької свідомості, розкривають культурну самотність громадян регіону, підводять до пошуку власних шляхів державного розвитку. Слід зазначити, що регіональні друковані видання характеризуються цікавим та патріотичним контентом, який сприяє зміцненню національної громадянської позиції, здійснює неоціненний внесок у процес державотворення. Читачеві подаються доволі актуальні проблеми не тільки регіонального масштабу, єдине зауваження, що коментують ці проблеми одні й ті самі відомі особи.

У процесах державотворення відіграє важливу роль церква. Релігія завжди була основою світогляду жителів Прикарпаття, тому в газетних публікаціях вона розглядається як неодмінний елемент державотворення. Найчастіше питання релігії висвітлює газета «Галичина».

Серед патріотичних газет слід відзначити «Прикарпатську правду», яка фактично в регіоні є рупором опозиції. Газета представляла інтереси правлячої комуністичної партії. Прихильність до політичних партій «лівого крила» існує й після здобуття незалежності України. Ця газета цікава для розгляду з позиції державотворення. Її шпальти не висвітлюють реальних проблем у регіоні та державі, не допомагають у формуванні національної свідомості радше слугують меті прихованого впливу політичних партій — замовників матеріалів, що друкуються.

Висновки. Розглянувши публікації в пресі Івано-Франківщини досліджуваного періоду, можна зазначити, що на формування процесів державотворення суттєво впливають такі чинники: історичні — висвітлення історичних постатей, подій минулого, історії древнього Галича, Коломийщини, гуцульського визвольного руху, Західно-Української Народної Республіки; ідеологічні — патріотичне виховання та формування філософії нової української держави; культурні — збереження мови, традицій та розвиток української літератури, допомога у видавництві україномовних книжок; духовні — формування національної свідомості, пошук власних шляхів державного розвитку; наукові — розвиток освіти та науки як рушійної сили для становлення прогресивної української держави; релігійні — значна роль церкви у формуванні національної свідомості, адже релігія є основою світогляду жителів регіону.

Серед позитивів, що сприяють цьому процесу, можна зазначити такі: друковані ЗМІ, через обмеженість території регіону, мають можливість безпосередньо спілкуватися з читацькою аудиторією, налагоджувати та постійно підтримувати зв'язок з громадою, моніторити думку громадян регіону та формувати на основі цього політику місцевої влади, аналізувати суспільні реакції на дії відповідальних осіб регіону та представників місцевого самоврядування, створювати сприятливий політичний клімат у регіоні, роз'яснювати актуальність та основні напрями діяльності місцевих органів виконавчої влади.

Серед негативів слід виокремити такі: недостатня адаптованість друкованих медіа Прикарпаття до ринкових умов унеможливорює конкуренцію з потужними медіа-суперниками, змушує шукати джерела фінансування для здійснення своєї діяльності. Це призводить, по-перше, до відтоку висококваліфікованих кадрів; по-друге, до неспроможності здійснювати незалежну інформаційну політику; по-третє, друковані медіа не можуть дотримувати принципу об'єктивності та неупередженості в поданні інформації; по-четверте, бути критичними й вільними у відображенні різних точок зору щодо висвітлення подій; по-п'яте, проводити незалежні журналістські розслідування. У таких умовах регіональні ЗМІ потребують суспільної та державної підтримки для ефективного виконання завдання державотворення.

Слід приділити більше уваги проблемі ролі регіональних засобів масової комунікації у формуванні в національній свідомості ідеології державотворення. Подальші наукові розвідки в означеному напрямі матимуть важливе значення для процесів державотворення. Адже формування та подальший розвиток регіонального інформаційного простору надає підстав говорити про формування потужного українського інформаційного простору.

Список використаних джерел

1. Віжин Е. 90-ту річницю ЗУНР відзначали зі москосками і книгами / Е. Віжин // Станіславська газета. — 2008. — 6 листоп.
2. Вовканич С. Державотворення: чи завжди збігаються національний і регіональний вектори / Вовканич С., Цапок С. // Розбудова держави. — 1996. — №9. — С. 3–6.
3. Грищенко О. М. Преса і політика: проблеми, концепції, досвід / О. М. Грищенко, В. І. Шкляр. — Київ : Ін-т журналістики КНУ, 2000. — 82 с.
4. Іванов В. Ф. Досвід контент-аналізу: моделі та практики / Н. В. Костенко, В. Ф. Іванов. — Київ : Центр вільної преси, 2003. — 200 с.
5. Жуков І. Бої за Станіслав / І. Жуков // Галичина. — 2008. — 26 лип.
6. Лизанчук В. Феномен невмирущості нації / В. Лизанчук // Наук. зап. АН ВШ України. — 2004. — Вип. 6, 9–29. — С. 74–81.

7. Лизанчук В. І чужому научайтесь, й свого не цурайтесь / В. Лизанчук // Галичина. — 2008. — 30 жовт.
8. Парипа П. У силі тяжіння давнього Галича / П. Парипа // Галичина. — 2008. — 16.10.
9. Холод О. М. Комунікаційні технології / О. М. Холод. — Київ : Центр учб. л-ри, 2013. — 212 с.

References

1. Vizhyn E. 90-tu richnytsiu ZUNR vidznachaly zi smoloskypamy i knyhamy / E. Vizhyn // Stanislavska hazeta. — 2008. — 6 lystop.
2. Vovkanych S. Derzhavotvorenna: chy zavzhdy zbihaiutsia natsionalnyi i rehionalnyi vektory / Vovkanych S., Tsapok S. // Rozbudova derzhavy. — 1996. — №9. — S. 3–6.
3. Hryshchenko O. M. Presa i polityka: problemy, kontseptsii, dosvid / O. M. Hryshchenko, V. I. Shkliar. — Kyiv : In-t zhurnalistyky KNU, 2000. — 82 s.
4. Ivanov V. F. Dosvid kontent-analizu: modeli ta praktyky / N. V. Kostenko, V. F. Ivanov. — Kyiv : Tsentr vilnoi presy, 2003. — 200 s.
5. Zhukov I. Boi za Stanislav / I. Zhukov // Halychyna. — 2008. — 26 lyp.
6. Lyzanchuk V. Fenomen nevmyrushchosti natsii / V. Lyzanchuk // Nauk. zap. AN VSh Ukrainy. — 2004. — Vyp. 6, 9–29. — S. 74–81.
7. Lyzanchuk V. I chuzhому nauchaite, y svoho ne tsuraite / V. Lyzanchuk // Halychyna. — 2008. — 30 zhovt.
8. Parypa P. U syli tiazhinnia davnoho Halycha / P. Parypa // Halychyna. — 2008. — 16.10.
9. Kholod O. M. Komunikatsiini tekhnolohii / O. M. Kholod. — Kyiv : Tsentru chb. l-ry, 2013. — 212 s.

■ UDC 070: 621

Horoshkevych N. Ye., senior lecturer, Lviv Polytechnic National University, Lviv

SOME FORMATION FACTORS OF STATE PROCESSES IN PUBLICATIONS OF IVANO-FRANKIVSK REGION

The aim of this article is to consider the spiritual, ideological, cultural, religious and other factors of nation-building process in the printed publications of Ivano-Frankivsk region and analyze the strengths and weaknesses of the regional press in the context of nationhood.

Research methodology. The article provides a detailed examination of newspaper articles of Ivano-Frankivsk region during 2008–2009 proceeding from approximately ten main regional printed media that made a big difference in the nation-building processes.

Results. The study demonstrated there was coverage of historical events, figures, heroes, history of the region, the nation-building experience, i.e. the West Ukrainian People's Republic. There is considerable evidence for mass media coverage of the ideological and patriotic education, cultural support for the language, national traditions, and publishing houses of the Ukrainian-language books. The results indicate that spiritually forming national consciousness, religious factors of influence on forming the nation-building processes are instrumental in scientific development of education and science in Ukraine.

Novelty. An attempt is made to analyze the contents of the newspapers of Ivano-Frankivsk region in the context of the nation-building processes.

The practical significance. The implications of this study can contribute to the dialog with readers and may have an impact on forming the national consciousness, the creation of information space.

Keywords: factors, nation-building, regional media and the press, national consciousness, information space.

Надійшла до редколегії 04.02.2016 р.

■ УДК 94: 351 (47783/86) «18/19»

О. Г. Макарчук, кандидат історичних наук, доцент, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

М. ДРАГОМАНОВ І ЧАСОПИС РАДИКАЛЬНОЇ ПАРТІЇ «НАРОД»

Розглядаються питання особистої участі М. П. Драгоманова у видавничій діяльності органу Русько-української партії журналу «Народ». Відомий український демократ постає в ролі фінансиста (постачальника коштів на видання журналу), пропагандиста друкованого видання в середовищі наддніпрянських українців та безпосереднього дописувача статей «Народу», зокрема редакційних.

Ключові слова: україномовна преса Східної Галичини в складі Австро-Угорщини, партійна преса Східної Галичини, часопис «Народ» (1891–1894 рр.), М. Драгоманов-публіцист.

Е. Г. Макарчук, кандидат исторических наук, доцент, Национальный университет «Львовская политехника», г. Львов

М. ДРАГОМАНОВ И ЖУРНАЛ РАДИКАЛЬНОЙ ПАРТИИ «НАРОД»

Рассматриваются вопросы непосредственного участия М. П. Драгоманова в издательской деятельности органа Русско-украинской партии журнала «Народ». Известный украинский демократ предстает в роли финансиста (поставщика средств на издание журнала), пропагандиста печатного издания в среде надднепрянских украинцев и непосредственного корреспондента статей «Народа», в т. ч. редакционных.

Ключевые слова: украиноязычная пресса Восточной Галиции в составе Австро-Венгрии, партийная пресса Восточной Галиции, журнал «Народ» (1891–1894 гг.), М. Драгоманов-публицист.

O. G. Makarchuk, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Lviv Polytechnic National University, Lviv

M. DRAGOMANOV AND THE MAGAZINE OF THE UKRAINIAN RADICAL PARTY «NAROD» («PEOPLE»)

The issues of M. Dragomanov's personal involvement in publishing activities of the Ruthenian-Ukrainian party magazine «Narod» ("People") are considered. A well-known Ukrainian democrat appears in the role of the financier (a money maker for the magazine publication), a promoter of the printed edition among Dnieper Ukrainians and the direct contributor of the «Narod» articles, including editorials.

Key words: Ukrainian-language print media in Eastern Galicia being a part of Austro-Hungary, party print media in Eastern Galicia, the magazine «Narod» ("People") (1891-1894), M. Dragomanov as a publicist.

Постановка проблеми. На розвиток історичного процесу впливають численні фактори, серед яких важливу роль відіграє особистість. Діяльність особистості, котра дотримує активної життєвої позиції, здійснює своєю працею, теоретичними пошуками цінний внесок у розвиток тієї чи іншої сфери суспільного життя, історичний процес у цілому. Це твердження повною мірою стосується М. П. Драгоманова — відомого українського історика, громадського діяча, публіциста, філософа, організатора життя ЗМІ на українських землях.

Останні дослідження і публікації. В Україні сформувалася школа вивчення творчої спадщини М. Драгоманова. У своїх працях вітчизняні науковці висвітлювали різноманітні аспекти діяльності М. Драгоманова — як правника [15], історика [1], народознавця [14], політолога [27] тощо. Діяльність М. Драгоманова як публіциста розглядає І. Михайлин [21].

Водночас діяльність М. Драгоманова не тільки як натхненника й організатора партійної західноукраїнської преси, зокрема журналу Русько-української радикальної партії «Народ», але і як безпосереднього дописувача цього періодичного видання, на нашу думку, наразі не набула належного висвітлення.

Мета статті — на конкретних прикладах висвітлити важливу роль М. Драгоманова у створенні, існуванні, формуванні контенту журналу Русько-української радикальної партії «Народ».

Виклад основного матеріалу дослідження. «Народження української радикальної і соціалістичної преси, — зазначає один з найавторитетніших дослідників історії української преси А. Животко, — тісно зв'язане з іменем Мих. Драгоманова. Опинившись за кордоном 1875 р., звертає він на цю галузь діяльності пильну увагу» [10, с. 158].

«В еміграції, — підтверджує М. Попович, — Драгоманов жив на більш ніж скромні пожертвування з України, мало не в злиднях, — все, часом включаючи невеликі літературні заробітки, йшло на видавничу справу» [26, с. 477]. Однією з причин активізації організаційної та видавничої діяльності М. Драгоманова стало зародження серед частини галицьких політиків радикальних ідей, що пізніше спричинило утворення Русько-української радикальної партії. «Як найближчу до свого світогляду політичну групу Драгоманов розглядав галицьких радикалів — М. Павлика, І. Франка, О. Терлецького та ін. (...) У галицьких радикалах Драгоманов убачав зародок усеукраїнського політичного руху, який поєднав би національно-визвольний характер з ліберально-демократичними цілями і залучив би широкі маси села і міста під гасла реформістського, поміркованого соціалізму» [26, с. 483].

«Постання і зріст радикальної партії, — ніби підтверджує ці слова І. Франко, — а головно, радикального руху серед галицько-руського народу були остатньою і мабуть, найбільшою радістю в житті Драгоманова. Він жив уже тоді в Софії, в Болгарії, де одержав був професорську посаду, але швидко захорував. Хорий, засуджений на смерть він із молодечим жаром кинувся до праці, писав невтомно статті для «Народу»» [28, с. 507].

На початку грудня 1889 р. активні діячі радикального руху І. Франко та М. Павлик склали програму нового часопису з попередньою назвою «Русин». «Напишіть б. л. скоро і свою думку про програму, — звертався один із засновників часопису М. Павлик до М. Драгоманова, — Я буду стояти за те, щоби головною задачею «Русина» (пропонована мною назва нової газети) було утворити одну демократичну поступову партію з усіх чесніших Русинів, простих і світлих» [11, с. 407]. Згодом кращою назвою засновники визнали «Народ».

Сутево допомогла новому часописові пропозиція М. Драгоманова використати одержані ним від емігрантів з України 1000 франків для оплати поліграфічних витрат [10, с. 316]. «Коли Ви беретесь видавати газету, то я плачу за неї в типографії в квоті 1000 фр(анків). Таке можете сказати в типографії, — а я висилатиму долю щомісяця» [16, с. 409].

Сам М. Драгоманов так пояснював наявність цієї несподівано великої суми: «Кумедна історія цих грошей. В Парижі я витерпів три штурма делегатів російських українофілів. Один з них пита мене: так Ви думаєте, що так треба робити? Так — Ну, то нате Вам ось невеличку суму, робіть з неї для справи, що знаєте» [17].

Протягом усього періоду існування «Народу» М. Драгоманов продовжував відповідно до можливостей фінансово підтримувати часопис. «Чи треба грошей; могу зараз прислати 200 фр.»,- писав він у листі до М. Павлика на початку 1890 р. [22].

У тому самому році в «Листі на Україну» М. Драгоманов указував: «Можна зробити не мало закидів і редакції Народу, і русько-українській радикальній партії. Я сам далеко не в усьому згоджуюсь з редакцією і з програмою партії. Але закиди ми можемо робити тільки про деталі. Загальний же напрямок діяльності Народу той, про котрий ми розмовляємо трохи вже не 30 років (...) Народ вже зачепив усякі шари громади. (...) Я помагатиму Народу грішми, звісно невеликими (кілько сотень франків)» [25].

До справи фінансування часопису М. Драгоманов долучив і свою родину: «137 гульденів на Народ дала Ваша сестра (Олена

Пчілка — О. М.)», — писав М. Драгоманову Михайло Павлик у травні 1891 р. [20].

Проводив роботу М. Драгоманов і по залученню коштів українців Наддніпрянщини. «Радий, — писав Михайло Драгоманов М. Павлику в жовтні 1891 р., — що з Києва хтось приїхав та привіз гроші» [18, с. 282].

Крім фінансового питання, М. Драгоманов цікавився і творчим наповненням часопису: «Получив Народ, — зазначав він у листі до М. Павлика, отримавши один з перших номерів. — Всі тенденційні статті Народу мені дуже подобались: мислі видержані, тон достойний. Тільки ж пора переходити до статей, котрі давали б і нові факти публіці, — словом до статей наукових (...) можу написати для Народу для мужиків про вартості їх власних пісень, котрі вони починають зневажати» [23].

«Я дуже рад, — відповідав І. Франко, — що останні н-ри «Народу» Вам подобаються. Певна річ, рубрики виглядають негарно, так, як сині лінії на датських зошитах до писання, але мені видаються вони пожиточними і потрібними для нас, недисциплінованих галичан, являються таким, трохи аляповатиммемента, щоби не розбігалися по бокам, а йти дружно бік о бік» [29, с. 307].

Сам М. Драгоманов не тільки надавав оціночні судження, але й упродовж видання «Народу» друкував свої матеріали в часописі як під псевдонімами (Гордієнченко М., Українець, Р. Я.) [2, с. 126, 318, 372], так і під власним прізвищем.

З 10 номера 1890 р. «Народу» статтю «На увагу українолюбцям у Росії» [5] М. Драгоманов розпочинає активну роботу безпосередньо як один із дописувачів часопису. 11-й номер «Народу» містив замітки Драгоманова «про необхідність солідарності поміж польською і українською молоддю в напрямі пошани до всесвітньої культури, науки й поезії «Поминки Шевченка в Кракові» [8]. Критиці програми творців так званої «Нової ери» присвячена стаття «Неполітична політика», що відкриває грудневий номер «Народу» за 1890 р. [6].

Одним з найбільших здобутків М. Драгоманова в журналі є дві монументальні за розміром та змістом роботи — «Чудацькі думки» і «Листи на Наддніпрянську Україну», де автор, за визначенням І. Франка, «систематично, з широким мотивуванням викладав свої думки про національність і про способи праці над її підвищенням» [28, с. 507].

Праця «Чудацькі думки (Листи на увагу мудрим людям через редакцію «Народа»)» (Так у тексті. — О. М.) друкувалася протягом липня — грудня 1891 р. (з 7 по 24 номер «Народу»). Сам тяжко хворий М. Драгоманов уважав цей твір своїм політичним заповітом.

«Читаючи Ваші неоціненні «Чудацькі думки», — писав Михайлу Драгоманову Іван Франко, — жахаєшся тої мислі, щоб се могло бути, як Ви кажете, Ваше «політичне насліддя» [29, с. 307].

Зважаючи на активний інтерес до цього твору, вирішено видати його окремою книжкою. Невдовзі І. Франко писав до автора: ««Чудацькі думки» друкуються, — досі готових є 11 аркушів, ще буде, може, друге тільки. Аркушів досі не вислав Вам, бо носився з думкою — зладити докладний покажчик імен і головних речей до цілої книжки, та тепер бачу, що се буде доволі трудно, а може, й лишне, і досить буде зробити докладний покажчик змісту» [30, с. 351].

«Дайте знати в слідчій «Народі», — наполягає І. Франко у листі до М. Павлика, — що вийшли осібною книжкою «Чудацькі думки», переглянені і доповнені автором, і коштують 50 крейцерів. Книжка обняла майже 10 аркушів друку і, не хочаючи збільшати об'єму і кошту (і так приходиться до того, що лишалося з грошей, присланих на додаток, доложити з 50 гульденів своїх)» [31, с. 365].

Серію полемічних статей М. Драгоманова під спільною назвою «Листи на Наддніпрянську Україну» видавці часопису почали друкувати в № 15 за 1893 р. Написані вони як відповідь на «Листи з України Наддніпрянської» Б. Грінченка, що вийшли друком у газеті «Буковина». Полеміка про стан і перспективи розвитку української літератури перетворилася на дискусію про реалізацію української ідеї. У термінології, яку використовував М. Драгоманов, йшлося про принципів розбіжності українських гуманістів та українських націоналістів. Редакція журналу «Народ» об'єднала «Листи...» М. Драгоманова в книжці, що надруковано в Коломиї в 1894 р. [13].

Важливе місце в публіцистичній спадщині М. Драгоманова відведене питанням діяльності створеної в 1890 р. Русько-української радикальної партії і взаємовідносинам між політичними силами Галичини. Цьому присвячені статті публіциста: «Галицько-руські радикали перед російською публікою» [4], про незгоди між галицькими політичними партіями «Стилізація незгоди» [9], про політичне життя Галичини — «Перли рутенства» [7], огляд політичної програми радикалів, критика москвофілів та народовців — «Впять неполітична політика!» [3] та багато інших. Загалом понад 50 різноманітних статей, заміток, рецензій, некрологів тощо опубліковано М. Драгомановим на сторінках цього радикального часопису. Сам Драгоманов у листі до М. Павлика зазначав: «Я пишу Вам ½ газети, коли не більше, я посередничаю для Вас на Україні, бороню Вас там і т. д. » [24, с. 256].

Оцінку сучасників публіцистичної діяльності М. Драгоманова в цьому органі РУРП надає Леся Українка в одному зі своїх приватних листів: «Про «Народ» і про Ваші статті в ньому говорять багато

і говорять дуже різно: одні кажуть, що увесь «Народ» укупі з тими статтями слід би спалити, а вже ніяк не давати в руки молодим людям, бо то погибель і «образа божа», а другі кажуть, що то єдина можлива галицька часопись, треті ж не кажуть нічого, тільки як де за порвуть яке число, то зачитуються страх» [12, с. 110].

Висновки. Справедливо вважаючи І. Франка та М. Павлика духовними батьками і натхненниками західноукраїнської радикальної преси народовського спрямування, не можна заперечувати й того факту, що без наддніпрянця М. Драгоманова цей проект не був би таким успішним. Сила Драгоманова як публіциста полягала в привабливості створюваного ним українського іміджу та прагненні синтезувати національний, демократичний та соціалістичний рухи.

У наступних статтях об'єктом дослідження стане діяльність М. Драгоманова в газеті «Хлібороб» (1891–1895) та виданні радикального напрямку «Жите і Слово» (1894–1897).

Список використаних джерел

1. Борисенко В. Михайло Драгоманов як історик / В. Борисенко // Пам'ять століть. — 2003. — № 5. — С. 15–18.
2. Дей О. І. Словник українських псевдонімів та криптонімів (XVI—XX ст.) / О. І. Дей. — Київ : Наук. думка, 1969. — 559 с.
3. Драгоманов М. Впять неполітична політика! / М. Драгоманов // Народ (Коломия). — 1894, Рік У. — 1 марта, Ч. 5. — С. 67–69.
4. Драгоманов М. Галицько-руські радикали перед російською публікою / М. Драгоманов // Народ (Львів). — 1893. — № 9. — С. 75–78; №10. — С. 83–85.
5. Драгоманов М. На увагу українолюбцям у Росії / М. Драгоманов // Народ (Львів). — 1890, Рік І. — 15 мая, Ч. 10. — С. 151–154.
6. Драгоманов М. Неполітична політика / М. Драгоманов // Народ (Львів). — 1890, Рік І. — 15 груд., Ч. 24. — С. 373–376.
7. Драгоманов М. Перли рутенства / М. Драгоманов // Народ (Львів). — 1891, Рік II. — 15 січ., Ч. 2. — С. 22–23.
8. Драгоманов М. Поминки Шевченка в Кракові // Народ (Львів). — 1890, Рік І. — 1 черв., Ч.11. — С. 167–168.
9. Драгоманов М. Стилізація незгоди // Народ (Коломия). — 1894, Рік V. — 15 марта, Ч. 6. — С. 95–96.
10. Животко А. П. Історія української преси / А. П. Животко. — Київ : Наша культура і наука, 1999. — 368 с.
11. Історія української дожовтневої журналістики / О. І. Дей, І. Л. Моторнюк, М. Ф. Нечиталюк та ін. ; під ред. Й. Цюха. — Львів : Вища шк., 1983. — 511 с.
12. Леся Українка до М. П. Драгоманова. 3 вересня 1891 р. // Леся Українка. Зібрання творів у 12 т. — Т. 10. — Листи (1876–1897). — Київ, 1978. — 375 с., С. 109–114.

13. Листи на Наддніпрянську Україну. — Коломия : Видане редакції «Народа». 3 друкарні Михайла Білоуса, 1894. — 199 с.
14. Литвин О. М. Історіософські погляди М. П. Драгоманова на «українське питання» в Європі в кінці XIX століття та сучасні українські інтенції / О. М. Литвин // Філософські обрії. — 2010. — № 23. — С. 70–86.
15. Ляхевич С. Б. Теорія конституціоналізму М. Драгоманова / С. Б. Ляхевич // Вісн. Київ. нац. ун-ту. — 2003. — Вип. 54–55. — С. 115–116. — (Сер. Філософія. Політологія).
16. М. Драгоманів до М. Павлика, 9 / 21 Дек. 1889 р. // Переписка Михайла Драгоманова з Михайлом Павликом (1876–1895) / Зладив Михайло Павлик, видав Лев Когут. — Чернівці : 3 друкарні т-ва «Руська Рада», Т. V (1886–1889). — 1912. — 416 с.
17. М. Драгоманов до М. Павлика. 19 / 31 Окт. 1889 р. // Переписка Михайла Драгоманова з Михайлом Павликом (1876–1895) / Зладив Михайло Павлик, видав Лев Когут. — Чернівці : 3 друкарні т-ва «Руська Рада», Т. V. — с. 397.
18. М. Драгоманов до М. Павлика, 8 Окт. 1891 р. // Переписка Михайла Драгоманова з Михайлом Павликом (1876–1895) / Зладив Михайло Павлик, видав Лев Когут. — Чернівці : 3 друкарні т-ва «Руська Рада», Т. VI (1890–1891). Зладив Михайло Павлик, видав Др. Лев Когут. — Чернівці: 3 друкарні «Руської Ради» в Чернівцях, 1910. — 285 с.
19. М. Павлик до М. Драгоманова, Львів 5 дек. 1889 р. // Переписка Михайла Драгоманова з Михайлом Павликом (1876–1895) / Зладив Михайло Павлик, видав Лев Когут. — Чернівці : 3 друкарні т-ва «Руська Рада», Т. V, с. 407.
20. М. Павлик до М. Драгоманова, 21.V. 1891 р. // Переписка Михайла Драгоманова з Михайлом Павликом (1876–1895) / Зладив Михайло Павлик, видав Лев Когут. — Чернівці : 3 друкарні т-ва «Руська Рада», Т. VI. — с. 191.
21. Михайлин І. Діалог Івана Франка з Михайлом Драгомановим у журналі «Народ»: дискурс прихованої полеміки [Електронний ресурс] / І. Михайлин. — Режим доступу: <http://journ.lnu.edu.ua/publications/zbirnyk07/Content07.htm>. — Назва з екрана.
22. Михайло Драгоманов до Михайла Павлика, 26 января 1890 р. // Переписка Михайла Драгоманова з Михайлом Павликом (1876–1895) / Зладив Михайло Павлик, видав Лев Когут. — Чернівці : 3 друкарні т-ва «Руська Рада», Т. VI. — с. 8.
23. Михайло Драгоманов до Михайла Павлика. 4 / 1 6 Фебр. 1890 р. // Переписка Михайла Драгоманова з Михайлом Павликом (1876–1895) / Зладив Михайло Павлик, видав Лев Когут. — Чернівці : 3 друкарні т-ва «Руська Рада», Т. VI. — с. 12.
24. Михайло Драгоманов до Михайла Павлика. 29 Юльа. 93 р. // Переписка Михайла Драгоманова з Михайлом Павликом (1876–1895) / Зладив Михайло Павлик, видав Лев Когут. — Чернівці : 3 друкарні т-ва «Руська Рада», Т. VII (1892–1893). — 1911. — 288 с.

25. Михайло Драгоманов. «На Україну» (Лист М. Драгоманова до приятелів), груд. 1890 р. // Переписка Михайла Драгоманова з Михайлом Павликом (1876–1895) / Зладив Михайло Павлик, видав Лев Когут. — Чернівці : 3 друкарні т-ва «Руська Рада», Т. VI. — с. 94–95.
26. Попович М. Нарис історії української культури / М. Попович. — Київ : «АртЕк», 2001. — 728 с.
27. Саварин Т. Я. Головацький, М. Драгоманов про чинність фактора політичного статусу етносів у міжетнічних стосунках лемків із сусідами / Т. Саварин // Мандрівець. — 2004. — № 2. — С. 23–25.
28. Франко І. Я. З останніх десятиліть XIX віку // Франко І. Зібрання творів. У 50 т. Київ : Наук. думка, 1984. — Т.41. — С. 507.
29. Франко І. Я. До М. Драгоманова. Львів, 14 — 15 листопада 1891 р. // Франко І. Зібрання творів: У 50 т. — Київ : Наук. думка, 1986. — Т. 49. — С. 306–309.
30. Франко І. Я. До М. П. Драгоманова. Львів, 3 жовтня 1892 р. // І. Франко. Зібрання творів: У 50 т. — Київ : Наук. думка, 1986. — Т.49. — с. 350–352.
31. Франко І. Я. До М. І. Павлика. Відень, 30 жовтня 1892 р. // І. Франко. Зібрання творів: У 50 т. — Київ : Наук. думка, 1986. — Т. 49. — С. 364–365.

References

1. Borysenko V. Mykhailo Drahomanov yak istoryk / V. Borysenko // Pamiat stolit. — 2003. — № 5. — S. 15–18.
2. Dei O. I. Slovnyk ukrainskykh psevdonimiv ta kryptonimiv (XVI — XX st.) / O. I. Dei. — Kyiv : Nauk. dumka, 1969. — 559 s.
3. Drahomanov M. Vpiat nepolitychna polityka! / M. Drahomanov // Narod (Kolomyia). — 1894, Rik U. — 1 marta, Ch. 5. — S. 67–69.
4. Drahomanov M. Halytsko-ruski radykaly pered rosiiskoiu publikoiu / M. Drahomanov // Narod (Lviv). — 1893. — № 9. — S. 75–78; № 10. — S. 83–85.
5. Drahomanov M. Na uvahu ukrainoliubtsiam u Rosii / M. Drahomanov // Narod (Lviv). — 1890, Rik I. — 15 maia, Ch. 10. — S. 151–154.
6. Drahomanov M. Nepolitychna polityka / M. Drahomanov // Narod (Lviv). — 1890, Rik I. — 15 hrud., Ch. 24. — S. 373–376.
7. Drahomanov M. Perly rutenstva / M. Drahomanov // Narod (Lviv). — 1891, Rik II. — 15 sich., Ch. 2. — S. 22–23.
8. Drahomanov M. Pomynky Shevchenka v Krakovi // Narod (Lviv). — 1890, Rik I. — 1 cherv., Ch.11. — S. 167–168.
9. Drahomanov M. Stylizatsiia nezghody // Narod (Kolomyia). — 1894, Rik V. — 15 marta, Ch. 6. — S. 95–96.
10. Zhyvotko A. P. Istoriiia ukrainskoi presy / A. P. Zhyvotko. — Kyiv : Nasha kultura i nauka, 1999. — 368 s.
11. Istoriiia ukrainskoi dozhovtnevoi zhurnalistyky / O. I. Dei, I. L. Motorniuk, M. F. Nechytaliuk ta in. ; pid red. Y. Tsokha. — Lviv : Vyshcha shk., 1983. — 511 s.

12. Lesia Ukrainka do M. P. Drahomanova. 3 veresnia 1891 r. // Lesia Ukrainka. Zibrannia tvoriv u 12 t. — T. 10. — Lysty (1876–1897). — Kyiv, 1978. — 375 s., S. 109–114.
13. Lysty na Naddnpiriansku Ukrainu. — Kolomyia : Vydanie redaktsii «Naroda». 3 drukarni Mykhaila Bilousa, 1894. — 199 s.
14. Lytvyn O. M. Istoriosofski pohliady M. P. Drahomanova na «ukrainske pytannia» v Yevropi v kintsi XIX stolittia ta suchasni ukrainski intentsii / O. M. Lytvyn // Filosofski obrii. — 2010. — № 23. — S. 70–86.
15. Liakhevych S. B. Teoriiia konstyutSIONalizmu M. Drahomanova / S. B. Liakhevych // Visn. Kyiv. un-tu. — 2003. — Vyp. 54–55. — S. 115–116. — (Ser. Filosofiiia. Politolohiia).
16. M. Drahomaniv do M. Pavlyka, 9 / 21 Dek. 1889 r. // Perepyska Mykhaila Drahomanova z Mykhailom Pavlykom (1876–1895) / Zladyv Mykhailo Pavlyk, vydav Lev Kohut. — Chernivtsi : Z drukarni t-va «Ruska Rada», T. V (1886–1889). — 1912. — 416 s.
17. M. Drahomanov do M. Pavlyka. 19 / 31 Okt. 1889 r. // Perepyska Mykhaila Drahomanova z Mykhailom Pavlykom (1876–1895) / Zladyv Mykhailo Pavlyk, vydav Lev Kohut. — Chernivtsi : Z drukarni t-va «Ruska Rada», T. V. — s. 397.
18. M. Drahomanov do M. Pavlyka, 8 Okt. 1891 r. // Perepyska Mykhaila Drahomanova z Mykhailom Pavlykom (1876–1895) / Zladyv Mykhailo Pavlyk, vydav Lev Kohut. — Chernivtsi : Z drukarni t-va «Ruska Rada», T. VI (1890–1891). Zladyv Mykhailo Pavlyk, vydav Dr. Lev Kohut. — Chernivtsi: Z drukarni «Ruskoj Rady» v Chernivtsiakh, 1910. — 285 s.
19. M. Pavlyk do M. Drahomanova, Lviv 5 dek. 1889 r. // Perepyska Mykhaila Drahomanova z Mykhailom Pavlykom (1876–1895) / Zladyv Mykhailo Pavlyk, vydav Lev Kohut. — Chernivtsi : Z drukarni t-va «Ruska Rada», T. V, s. 407.
20. M. Pavlyk do M. Drahomanova, 21.V. 1891 r. // Perepyska Mykhaila Drahomanova z Mykhailom Pavlykom (1876–1895) / Zladyv Mykhailo Pavlyk, vydav Lev Kohut. — Chernivtsi : Z drukarni t-va «Ruska Rada», T. VI. — s. 191.
21. Mykhailyn I. Dialoh Ivana Franka z Mykhailom Drahomanovym u zhurnali «Narod»: dyskurs prykhovanoi polemiky [Elektronnyi resurs] / I. Mykhailyn. — Rezhym dostupu: <http://journ.lnu.edu.ua/publications/zbirnyk07/Content07.htm>. — Nazva z ekrana.
22. Mykhailo Drahomanov do Mykhaila Pavlyka, 26 yanvaria 1890 r. // Perepyska Mykhaila Drahomanova z Mykhailom Pavlykom (1876–1895) / Zladyv Mykhailo Pavlyk, vydav Lev Kohut. — Chernivtsi : Z drukarni t-va «Ruska Rada», T. VI. — s. 8.
23. Mykhailo Drahomanov do Mykhaila Pavlyka. 4 / 1 6 Febr. 1890 r. // Perepyska Mykhaila Drahomanova z Mykhailom Pavlykom (1876–1895) / Zladyv Mykhailo Pavlyk, vydav Lev Kohut. — Chernivtsi : Z drukarni t-va «Ruska Rada», T. VI. — s. 12.

24. Mykhailo Drahomanov do Mykhaila Pavlyka. 29 Jula. 93 r. // Perepyska Mykhaila Drahomanova z Mykhailom Pavlykom (1876–1895) / Zladyv Mykhailo Pavlyk, vydav Lev Kohut. — Chernivtsi : Z drukarni t-va «Ruska Rada», T. VII (1892–1893). — 1911. — 288 s.
25. Mykhailo Drahomanov. «Na Ukrainu» (Lyst M. Drahomanova do priyateliv), hrud. 1890 r. // Perepyska Mykhaila Drahomanova z Mykhailom Pavlykom (1876–1895) / Zladyv Mykhailo Pavlyk, vydav Lev Kohut. — Chernivtsi : Z drukarni t-va «Ruska Rada», T. VI. — s. 94–95.
26. Popovych M. Narys istorii ukrainskoi kultury / M. Popovych. — Kyiv : «ArtEk», 2001. — 728 s.
27. Savaryn T. Ya. Holovatskyi, M. Drahomanov pro chynnist faktora politychnoho statusu etnosiv u mizhetnichnykh stosunkakh lemktiv iz susidamy / T. Savaryn // Mandrivets. — 2004. — № 2. — S. 23–25.
28. Franko I. Ya. Z ostannikh desiatylyt XIX viku // Franko I. Zibrannia tvoriv. U 50 t. Kyiv : Nauk. dumka, 1984. — T.41. — S. 507.
29. Franko I. Ya. Do M. Drahomanova. Lviv, 14 — 15 lystopada 1891 r. // Franko I. Zibrannia tvoriv: U 50 t. — Kyiv : Nauk. dumka, 1986. — T. 49. — S. 306–309.
30. Franko I. Ya. Do M. P. Drahomanova. Lviv, 3 zhovtnia 1892 r. // I. Franko. Zibrannia tvoriv: U 50 t. — Kyiv : Nauk. dumka, 1986. — T.49. — s. 350–352.
31. Franko I. Ya. Do M. I. Pavlyka. Viden, 30 zhovtnia 1892 r. // I. Franko. Zibrannia tvoriv: U 50 t. — Kyiv : Nauk. dumka, 1986. — T. 49. — S. 364–365.

■ UDC 94: 351 (47783/86) «18/19»

Makarchuk O. G., Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Lviv Polytechnic National University, Lviv
olena.makarchuk@gmail.com

M. DRAHOMANOV AND THE MAGAZINE OF THE UKRAINIAN RADICAL PARTY «NAROD» («PEOPLE»)

The aim of this paper is to consider the issues of M. Drahomanov's personal involvement in publishing activities of the Ruthenian-Ukrainian party magazine «Narod» ("People").

Research methodology. The correspondence between M. Drahomanov and publishers of the Ruthenian-Ukrainian Radical Party's official mouthpiece — the magazine «Narod» — I. Franko and M. Pavlyk, as well as M. Drahomanov's direct publications on the pages of this periodical are analyzed.

Results. The study demonstrated that the citizens of the Austro-Hungarian Empire, the Galicians I. Franko and M. Pavlyk were justifiably considered to be the founders of the Western Ukrainian radical nationally-oriented printed press. It was found that without M. Drahomanov, a Dnieper-Ukrainian, the political emigrant from the Russian Empire, this project

would not have been so successful. Mykhailo Drahomanov, whose political ideas formed the basis of the Ukrainian Radical Party's ideology, was also one of the co-founders of the Ukrainian western printed press, in particular of the magazine of the Ruthenian-Ukrainian Radical Party «Narod». A well-known Ukrainian democrat appears in the role of the financier (a money maker for the magazine publication), a promoter of the printed edition among Dnieper Ukrainians and the direct contributor to the «Narod» articles, including editorials. There is reason to believe that he created the Ukrainian image, which differed from the Polish and Russian aspirations in his effort to synthesize national, democratic and socialist movements together.

Novelty. An attempt is made at showing the case studies of M. Drahomanov's role in the media project management of the Ruthenian-Ukrainian Radical Party's official mouthpiece — the magazine «Narod», as well as supplying the media content for this periodical.

The practical significance. The obtained results can be used in further developments that are concerned with the political history of Eastern Europe, the history of journalism, marketing of publishing, technique of the political work with the masses. Thereafter, these results can be used in the training of specialists at the higher educational establishments, e.g. historians, journalists, political analysts, marketing managers of the publishing etc.

Key words: Ukrainian-language print media in Eastern Galicia being a part of Austro-Hungary, party print media in Eastern Galicia, the magazine «Narod» ("People") (1891-1894), M. Drahomanov as a publicist.

Надійшла до редколегії 08.02.2016 р.

■ УДК 007:304:004.9 (ПРИКЛАДНІ СОЦ.-КОМ.ТЕХНОЛОГІЇ)

К. В. Грубич, телеведучий, старший викладач, Інститут кіно і телебачення Київського національного університету культури і мистецтв, м. Київ

**СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ПРОГРАМ
ГАСТРОНОМІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ**

Визначаються основні принципи диференціації технологій кулінарних проєктів через призму ролі та значення їжі, досліджуються складові сучасних кулінарних телевізійних шоу, а також виокремлюються комунікаційні технології, що дозволяють кулінарним телепередачам досягати головної мети — поширення гастрономічно-культурологічного досвіду українського народу серед телеглядачів України, бути обов'язковими в мережі мовлення кожного загальнонаціонального телеканалу.

Ключові слова: їжа, кулінарне шоу, комунікаційні технології, телевізійний дискурс, харизматичність ведучих, обмін навичками, режисура, наочність, конвергентність.

К. В. Грубич, телеведущий, старший преподаватель, Институт кино и телевидения Киевского национального университета культуры и искусств, г. Киев

**СОЦИАЛЬНЫЕ КОМУНИКАЦИИ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММ
ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ**

Определяются основные принципы дифференциации технологий кулинарных проектов через призму роли и значения еды, изучаются составляющие современных кулинарных телевизионных шоу, а также определяются коммуникационные технологии, которые позволяют кулинарным телепередачам достичь главной цели — распространения гастрономически-культурологического опыта украинского народа среди телезрителей Украины, быть обязательными в сетке вещания каждого общенационального телеканала.

Ключевые слова: еда, кулинарное шоу, коммуникационные технологии, телевизионный дискурс, харизматичность ведущих, обмен навыками, режиссура, наглядность, конвергентность.

K. V. Hrubych, TV presenter, senior lecturer, Cinema and Television Institute of the Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

**SOCIAL COMMUNICATIONS OF TELEVISION PROGRAMMES
OF GASTRONOMIC FOCUS**

The article defines the basic principles of technology differentiation of the culinary projects with regard to the role and importance of the food. The components of modern culinary TV shows are studied. The author describes communication technologies that enable culinary TV programs

to achieve the prime objectives, i.e. the gastronomic and culturological extension service of the Ukrainian nation among the Ukrainian viewers and to be obligatory in the TV viewing grid of each national channel.

Key words: food, cooking show, communication technologies, television discourse, charismatic TV presenters, exchange of skills, direction, visibility, convergence.

Постановка проблеми. Здійснено огляд комунікаційних телевізійних технологій кулінарних шоу-програм з позиції теорії масової комунікації як аспекту соціальної комунікації. Розглядається вплив телебачення в поширенні кулінарних знань і навичок на свідомість глядачів методом мутації й інмутації, аналізуються основні соціально-комунікаційні технології кулінарних шоу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробці питань комунікаційних телевізійних технологій значну увагу приділяють вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема: Г. Почепцов, В. Іванов, А. Москаленко, В. Різун, О. Холод, В. Гоян, А. Яковець, В. Матвієнко, В. Бугрим, В. Лисенко, О. Коновець, В. Патрушев, Д. Гавра, Т. Єжинанська та ін. Зазначимо, що більшість комунікативних моделей розроблено у ХХ ст. Теорія комунікації оперує численними моделями загальнотеоретичного й прикладного спрямувань: соціологічними, психологічними, семіотичними, технічними тощо. Менше досліджені соціальнокомунікаційні технології кулінарних проєктів, їхній взаємозв'язок із культурологічним та духовним впливом їжі на життя людей. Серед дослідників кулінарних телешоу: В. М. Вільчек, М. О. Бережна, С. Л. Уразова, Г. Г. Молчанова, М. В. Капкан та Л. С. Ліхачова, Т. Ю. Веремчук, Ю. Е. Фінклер, Т. А. Захарс, С. В. Тагамлик, А. В. Юсипович, К. В. Грубич. Надаючи належне науковій і практичній значущості праць цих учених, слід зазначити, що у вітчизняній науці комунікаційні телевізійні технології саме кулінарних телевізійних шоу досліджені недостатньо.

Мета статті — обґрунтувати, що вивчення телевізійної комунікації як специфічного явища діалогічного комунікативного простору є одним з актуальних напрямів сучасних медіадосліджень. Шоу-технології, які застосовують під час створення кулінарних шоу, є засобом формування сприйняття аудиторією поняття їжі та харчування як важливого аспекту щоденного існування суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Насамперед визначимо, що розуміємо під терміном «комунікаційні технології кулінарних телевізійних шоу». Із цієї метою звернемося до тлумачення базового терміна «комунікаційні технології», який О. М. Холод визначає

як «комплекси-дії, спрямовані на зміну моделей поведінки суспільства під час обміну інформацією між комунікатором і комунікантом» [Холод 2013; 8]; у такому разі комунікаційними технологіями кулінарних телевізійних шоу слід уважати спеціальні телевізійні комплекси-дії, спрямовані на зміну моделей поведінки телеаудиторії певного сегмента за допомогою обміну інформацією, яка стосується як безпосередньо кулінарії, так і кулінарного дискурсу.

Кулінарний дискурс, як свідчить практика сучасних медіа, достатньо затребуваний аудиторією. Представники телевізійного бізнесу давно зрозуміли, що кулінарні проекти не є чимось спорадичним, тобто другорядним, випадковим, у мережі мовлення того чи іншого каналу, а навпаки — кулінарні передачі завжди використовуватимуть рекламні бюджети, оскільки попит на них стабільний, не залежить від політичної, соціальної й економічної ситуації в тій чи іншій країні в певний період часу її розвитку. Підприємці від телебачення швидко зреагували на тенденцію зміни ставлення людей у всьому світі до їжі як до чогось приземленого і побутового.

Тема гастрономічного є порівняно новою для культурно-філософських дискусій, адже традиційна філософська думка уникала таких «низових» тем, що актуалізували значення тілесного як цілком релевантного душевно-духовному життю людини, а не такого, що «обтяжує» його.

Однак сфера їжі — один із найважливіших факторів життєдіяльності людини. На думку Олександра Геніса, «кожна врятована з Лети страва — це ієрогліф вітчизняної культури, вона не менш цінна, ніж побудована церква чи врятована ікона» [Геніс 2000; №1]. Вплив харчування на менталітет націй у різні часи відзначали такі дослідники гастрономічної культури, як француз Олександр Дюма, росіяни Вільям Похльобкін та Софія Кириленко, американець Дуглас К. Стівенсон та ін. Французький мислитель, кулінар та політичний діяч початку XIX ст. Жан Антельм Брійя-Саварен у своїй фундаментальній праці «Фізіологія смаку» висунув тези, які перетворилися на афоризми. Зокрема, «Доли націй залежать від того, як вони харчуються» [Физиология вкуса; 1999]. Уважаємо, що це є визначальною причиною популярності різноманітних кулінарних телешоу.

У сучасному світі спостерігається посилення інтересу до сфери повсякденного харчування. Тема їжі актуальна практично в усіх сферах масової культури. Виходять друком численні книги (наприклад, див. [Гастрономическая энциклопедия; 2010-2015], [The Good Cook, 1978–1981]) та періодичні видання кулінарної тематики (див.: журнали

«Вкусно и просто» (виходить раз на місяць), «Смачна подорож» (раз на два місяці), газети «Готовим дома» (раз на місяць), «Господарські поради» (раз на місяць), «Домашня кулінарія» (Ужгород, раз на місяць), «Домашня смакота» (Кіровоград, раз на місяць), «Абетка кулінара» (Львів, раз на місяць), «Ждем гостей. Лучшие кулинарные рецепты» (Харків, раз на місяць), «Кухарочка» (раз на місяць) [Каталог періодичних видань України; 2015]. Відбуваються виставки та конкурси кулінарного мистецтва (див. [Terra Madre]), наукові міжнародні симпозиуми на тему їжі (1-й міжнародний науково-практичний симпозиум, присвячений історії їжі та традиціям харчування людства [Люсый А. 2014]). Активно розвивається система громадського харчування. Одним з популярних видів сучасного туризму стає гастрономічний туризм, метою якого є ознайомлення з кухнею різних народів. При цьому інтерес становить як приготування їжі, так і її вживання. Отже, на основі вищенаведених аргументів можна дійти висновку про те, що процеси споживання їжі нині є не способами задоволення біологічної потреби, а одним із важливих аспектів повсякденного життя сучасної людини [Капкан М. В., Лихачева Л. С. 2008; с. 34–43], видом соціальних комунікацій. й.

У проведеному нами соціологічному опитуванні серед вибірки у 800 респондентів з Києва, Одеси, Полтави та Чернівців щодо сприйняття самого факту харчування в життєвому циклі українців ми побачили, що людям притаманне майже полярне сприйняття щоденної їжі — близько половини респондентів сприймають процес харчування як вимушену життєву необхідність. На противагу такій частині населення інша вагома частина опитаних вбачає в «поїданні» естетично-духовне задоволення. Результати опитування ми оформили в табл. 1. Аналіз показників, поданих у табл. 3.1, дозволяє стверджувати, що третя за кількістю ствердних відповідей категорія респондентів вважає процес харчування приводом для спілкування. Зовсім мало людей вважають, що на їжу шкода витратити час, лише в Полтаві (13,07%) та Одесі (9,5%) аналізований фактор є суттєвим у середньому для кожного десятого мешканця.

Необхідно, на нашу думку, зосередитися на групах «вимушена життєва необхідність», «естетично-духовне задоволення» та «привід для спілкування», оскільки кожна із згаданих категорій вимагає певної побудови формату того чи іншого кулінарного проекту. Якщо виробники прагнуть залучити аудиторію, для якої їжа є вимушеним актом, то й побудова, і зміст програми мають бути максимально прикладними, здебільшого повчальними, просвітницькими, із великою

кількістю кулінарних порад і класичною демонстрацією приготування страви. Рецептура страв у таких проектах має бути простою і з використанням доступних продуктів. Аналіз показників табл. 3.1. свідчить про те, що особливо прихильно сприймуть програми, створені за такими соціально-комунікаційними технологіями, люди в Києві (45,83%) і Чернівцях (58%), що, свідчить про значну кількість тамтешніх мешканців, яким немає можливості витратити багато часу на розваги й певні життєві задоволення. Очевидно, у столиці та на Буковині більше людей, ніж будь де, змушені займатися бізнесом, виробництвом, зароблянням грошей.

Категорія «романтиків», під яку, на наш погляд, підпадають люди, які сприймають процес харчування як естетично-художнє задоволення та привід для спілкування, спонукають творців кулінарних шоу до використання більшого арсеналу соціально-комунікаційних технологій.

Таблиця 1

Вплив процесу харчування на життя українців

	Київ	Одеса	Полтава	Чернівці
Чим є для Вас процес харчування?	% до відповіді	% до відповіді	% до відповіді	% до відповіді
вимушена життєва необхідність	45,83	36,50	33,17	58,00
процедура, на яку шкода витратити час	4,69	9,50	13,07	3,50
естетично-духовне задоволення	31,25	42,00	34,17	25,50
привід для спілкування	16,67	9,50	17,59	8,50
інше	1,56	2,50	2,01	4,50

Для аудиторії, яка вбачає в процесі харчування естетично-духовне задоволення та привід для спілкування, доцільним буде залучення до участі в проектах відомих людей, велике значення має зовнішній вигляд кухні та декорації, естетика презентації готових страв, більша

кількість цікавої, пізнавальної інформації, що виходить за рамки презентації простої рецептури приготування їжі. Саме зазначена категорія аудиторії змушує телевізійників постійно трансформувати формати кулінарних шоу, щоб підтримувати високий рівень зацікавленості глядачів. Люди, для яких їжа є приводом для спілкування, найактивніше підтримують ігрові формати кулінарних поєдинків, стежать за гастрономічними подорожами, готові спостерігати за перебігом пристрастей, що інколи вирують на знімальних майданчиках гастрономічних реаліті-шоу. Сумарно категорія «романтиків» (третій і четвертий варіант відповіді) об'єднує 47,92% киян ($31,25\% + 16,67\% = 47,92\%$), одеситів ($42\% + 9,5\% = 51,5\%$) та полтавців ($34,17\% + 17,59\% = 51,76\%$). Аналізовані показники свідчать про те, що кожен другий мешканець Півночі, Півдня та Сходу України отримує задоволення від їжі та застільних розмов. Останнє робить таких людей потенційною аудиторією різноманітних кулінарних шоу. Найменше готові радіти трапезам та супутнім бесідам у Чернівцях — лише третина населення ($25,5\% + 8,5\% = 34\%$). Описану обставину варто враховувати виробникам регіональних кулінарних шоу, адже глядач на Буковині ще не готовий до значних телевізійних кулінарних експериментів, його цілком влаштують класичні гастрономічні програми з демонстрацією процесу приготування нескладних страв.

Варіант «інше» обрали мало респондентів — у середньому 2% від загальної кількості в усіх регіонах.

Результати нашого дослідження надають підстав стверджувати, що питання гастрономічної культури, а саме її телевізійної презентації, нині є актуальними з позицій культурологічного, філософського знання, мають теоретично вивчатися.

Різнманітні аспекти комунікаційних технологій кулінарних телешоу та жанрове різноманіття телевізійних програм розглядали російські дослідники В. М. Вільчек, М. О. Бережна, С. Л. Уразова, Б. М. Сапунов, Є. Л. Вартанова, А. Д. Криволап. Поняття та функції гастрономічної культури досліджували Г. Г. Молчанова, М. В. Капкан та Л. С. Ліхачова. Серед західних науковців комбінування та розвиток засобами телебачення давніших форм комунікації, зокрема заочне навчання аудіовізуальними методами (чим і займаються кулінарні шоу) досліджував американець Р. Уільямс, котрий 1974 р. випустив у США книгу «Телебачення. Технологія і культурна форма» [Williams R. 2004; с. 234]. Р. Уільямс аналізує телебачення як «потік», тобто рухомий, мінливий спосіб передачі інформації непов'язаних на перший погляд текстів, що об'єднані загальним

способом сприйняття, який називається телевізійним досвідом. Саме така соціальнокомунікаційна технологія ненав'язливої передачі кулінарного досвіду від комуніканта (кухаря, ведучого тощо) до комунікатора (глядачів, аудиторії) широко використовується творцями телепередач на гастрономічну тему.

Не виявлено жодного фундаментального дослідження кулінарних шоу, яке б дозволило виокремити саме аналіз телепередач на гастрономічну тематику в самостійний напрям телевізійної критики і науки про телевізійні комунікації. Поки що існують лише окремі праці з аналізу тих чи інших конкретних кулінарних проєктів, або ж спроби аналізу кулінарних шоу як фрагмента узагальненіших досліджень телевізійних процесів. Ця обставина свідчить про перспективність наукового осмислення й узагальнення тенденцій розвитку комунікаційних технологій презентації гастрономічної культури.

На основі власного досвіду багаторічної праці в українських телевізійних медіа стверджуємо, що зрозуміти причини успіху кулінарних телевізійних проєктів прагнуть не лише науковці-теоретики, але і телевізійники-практики, продюсери вітчизняних телеканалів. Цікавість до кулінарних проєктів, згідно з твердженням генерального директора каналу «ТЕТ» Ірини Костюк, ніколи не зникала, оскільки такі програми — класика. Однак нова тенденція, на її думку, — це залучення до виробництва таких шоу різноманітних новітніх телевізійних комунікаційних технологій, що дозволяють перевірити кулінарні шоу в масштабні постановки: «Коли кухарка — це вже не просто тітка у фартуху чи дядя у ковпаку, які возяться на студійній кухні. Це коли величезна студія, багато народу, багато пафосу, акценти на харизмі головного героя, загалом — шоу в буквальному смислі цього слова» [Веремчук Т. 2011].

На нашу думку, успішні кулінарні телевізійні шоу мають наближати телевізійне приготування їжі до можливого в домашніх умовах, перегляд якісних кулінарних програм повинен викликати в глядачів не стрес і почуття неповноцінності, а бажання повторити побачений досвід на своїй власній кухні.

Як зазначалося, чіткої науково обґрунтованої структури успішності кулінарного шоу в доступних джерелах автор не відшукав. Після здійсненого аналізу окремих досліджень, зіставлення думок вітчизняних і зарубіжних дослідників, телекритиків і ресторанних критиків, пропонуємо власну схему диференціації соціальнокомунікаційних технологій створення якісного телевізійного продукту на гастрономічну тематику (рис. 1).

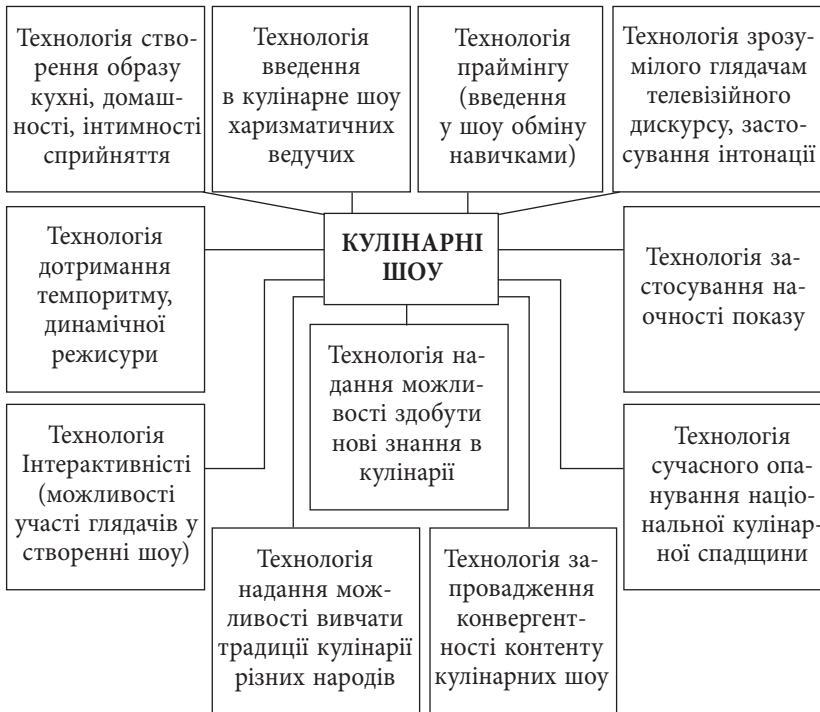


Рис. 1. Диференціація соціальнокомунікаційних технологій кулінарних проектів (за К. Грубичем, 2015)

Висновки. Таким чином, основними принципами диференціації соціально-комунікаційних технологій кулінарних шоу є:

- створення образу кухні, інтимності сприйняття;
- наявність харизматичних ведучих;
- обмін навичками, ефект праймінгу;
- адекватний задуму сценариста телевізійний дискурс;
- динамічність режисури;
- наочність;
- інтерактивність (можливість участі глядачів у створенні шоу);
- інноваційний підхід до відомих рецептів.

Активне використання основних принципів диференціації означених соціально-комунікаційних технологій (комплексів-дій, спрямованих на зміну моделей поведінки завдяки передачі інформації) та їхніх видів зумовлює логічні результати в презентації кулінарних шоу на телебаченні, до яких належить наявність:

- конвергенції;
- можливості здобути нові знання в кулінарії;
- можливості вивчати кулінарні традиції різних народів;
- отримати емпатію (співчуття);
- здобуття телеглядачами нових знань для налагодження/підтримки спілкування з рідними, близькими, сусідами.

Наведений перелік не є остаточним, оскільки творчість — не математика, точних формул у ній не існує. Але означені основні принципи диференціації технологій є дієвими, їх можна і необхідно використовувати в різних моделях сучасних телепрезентацій кулінарних шоу, вони свідчать про значну роль і вплив їжі на формування світогляду та настрою цілих народів.

Перспективи подальших досліджень. Соціальні комунікації телевізійних програм гастрономічного спрямування є маловивченими. Способи передачі кулінарної тематики через телеекран змінюються, трансформуються, щороку з'являються нові формати кулінарних шоу на телебаченні, в інтернеті, YouTube. Зазначені тенденції потребують наукового вивчення й осмислення.

Список використаних джерел

1. Холод О.М. Комунікаційні технології : підручник / О.М. Холод. — Київ : «Центр учбової літератури», 2013. — С. 8.
2. Генис А. Хлеб и зрелище. О кулинарной прозе Вильяма Похлебкина / Александр Генис // Звезда, Эссеистика и критика. — М. — 2000. — №1.
3. Физиология вкуса: Сочинение Брилья-Саварена, переведенное на немецкий язык и дополненное Карлом Фогтом // Лаврентьева Е. В. Культура застолья XIX века: пушкинская пора. — М. : Терра, Книжный клуб, 1999. — С. 200–263.
4. Гастрономическая энциклопедия «Ларусс» в 15-ти томах. — М. : Черновик, 2010–2015.
5. The Good Cook, 1978—1981. — М. : Русский перевод: 9 томов издательства «Терра» – «Фрукты», «Хлеб», «Вино», «Соусы», «Овощи», «Птица», «Баранина», «Рулеты, паштеты и галантины», «Крупы, макаронные изделия и бобовые».
6. Каталог періодичних видань України «ВИДАННЯ УКРАЇНИ ДЛЯ УКРАЇНИ» на період з січня 2015 року по грудень 2015 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://poshta.kiev.ua/files/katalog_29.pdf. — Назва з екрана.
7. Terra Madre [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.terramadre.info>. — Назва з екрана.
8. Люсьй А. В мире пшеницы и риса мы идем путем ржи. Вывод 1-го международного симпозиума, посвященного еде: питание покидает

- культуру и уходит в досуг [Электронный ресурс] / Александр Люсьй. — М. : «Новая газета», №124 от 5.11.2014. — Режим доступа: <http://www.novayagazeta.ru/society/65973.html>. — Загл. с экрана.
9. Капкан М. В. Гастрономическая культура: понятие, функции, факторы формирования / М. В. Капкан, Л. С. Лихачева // Изв. Урал. гос.ун-та. Сер. Гуманит. науки. Вып.15. — 2008. — №55. — С. 34–43.
 10. Williams R. Television. Technology and Cultural Form. Hannover; London, 1992. P. 85–86. Пер. цит. по: Шапинская Е. Н. Телевидение в современной культуре и обществе: технология и культурная форма // Массовая культура. — М. : Альфа-М ; ИНФРА-М, 2004. — С. 234.
 11. Веремчук Т. Прайм-кулінарія [Електронний ресурс] / Т. Веремчук // Телекритика. — Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/telebachennya/2011-03-31/61557>. — Назва з екрана.

References

1. Kholod O.M. Komunikatsiini tekhnolohii : pidruchnyk / O.M. Kholod. — Kyiv : «Tsentр uchbovoi literatury», 2013. — S. 8. (in Ukrainian).
2. Genis A. Khleb i zrelishche. O kulinarnoy proze Viliama Pokhlebkina / Aleksandr Genis // Zvezda. Esseistika i kritika. — M. — 2000. — №1.
3. Fiziologiya vkusa: Sochineniye Jean Anthelme Brillat-Savarin. perevedennoye na nemetskiy yazyk i dopolnennoye Carl Vogt // Lavrentyeva E. V. Kultura zastolia XIX veka: pushkinskaya pora. — M. : Terra. Knizhnyy klub. 1999. — S. 200–263. (in Russian).
4. Gastronomicheskaya entsiklopediya «Laruss» v 15-ti tomakh. — M. : Chernovik. 2010–2015. (in Russian).
5. The Good Cook. 1978—1981. — M. : Russkiy perevod: 9 tomov izdatelstva «Terra» — «Frukty». «Khleb». «Vino». «Sousy». «Ovoshchi». «Pitsa». «Baranina». «Rulety. pashtety i galantiny». «Krupy. makaronnyye izdeliya i bobovyeye». (in Russian).
6. Katalog periodychnykh vydan Ukrainy «VYDANNIa UKRAINY DLIa UKRAINY» na period z sichnia 2015 roku po hruden 2015 roku [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: http://poshta.kiev.ua/files/katalog_29.pdf. — Nazva z ekrana.
7. Terra Madre [Elektronnyi resurs] — Rezhym dostupu: <http://www.terramadre.info>. — Nazva z ekrana.
8. Lyusy A. V mire pshenitsy i risa my idem putem rzhi. Vyvod 1-go mezhdunarodnogo simpoziuma. posvyashchennogo ede: pitaniye pokidayet kulturu i ukhodit v dosug [Elektronnyy resurs] / Aleksandr Lyusy. — M. : «Novaya gazeta». №124 от 5.11.2014. — Rezhim dostupa: <http://www.novayagazeta.ru/society/65973.html>. — Zagl. s ekrana. (in Russian).
9. Kapkan M. V. Gastronomicheskaya kultura: ponyatiye. funktsii. faktory formirovaniya / M. V. Kapkan. L. S. Likhacheva // Izv. Ural. gos.un-ta. Ser. Gumanit. nauki. Vyp.15. — 2008. — №55. — S. 34–43. (in Russian).

10. Williams R. Television. Technology and Cultural Form. Hannover; London. 1992. P. 85–86. Per. tsit. po: Shapinskaya E. N. Televideniye v sovremennoy kulture i obshchestve: tekhnologiya i kulturnaya forma // Massovaya kultura. — M. : Alfa-M ; INFRA-M. 2004. — S. 234. (in Russian).
11. Veremchuk T. Praim-kulinariia [Elektronnyi resurs] / T. Veremchuk // Telekrytyka. — Rezhym dostupu: <http://www.telekritika.ua/telebachen-nya/2011-03-31/61557>. — Nazva z ekrana. (in Ukrainian).

■ UDC 007:304:004.9

Hrubbych K. V., TV presenter, senior lecturer, Cinema and Television Institute of the Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

SOCIAL COMMUNICATIONS OF TELEVISION PROGRAMMES OF GASTRONOMIC FOCUS

The aim of this paper is to study social communications of the culinary projects on Ukrainian television.

Research methodology. The study and analysis of the scholarly works on social communications on television by the Ukrainian and foreign researchers are described in detail. The first-hand survey was conducted and the statistical data of 800 respondents from Kyiv, Odessa, Poltava and Chernivtsi on the food perception process have been given.

Result. The study has confirmed that the issues of gastronomic culture, namely its television presentations these days are relevant from the standpoint of cultural, philosophical knowledge and deserve thorough theoretical study. The television researchers have been examining various aspects of culinary television shows for the last few decades. The components of modern culinary TV shows are studied. The author concludes that the successful culinary television shows should not cause stress and feelings of inferiority to the audience, but induce the desire to repeat the experience in their own kitchen. The basic principles of social differentiation and communication technologies of a culinary show are outlined:

- creating an image of the kitchen, the perception of intimacy;
- the presence of charismatic TV presenters;
- exchange of skills, priming effect;
- adequate plan of the screenwriter's television discourse;
- dynamic direction;
- visibility;
- interactivity (possibility of participation of the audience in the creation of the show);
- introducing innovative approaches to old recipes.

Novelty. The author attempts to examine the communication technologies that are used to create a culinary show. The author argues that they become a means of creating the audience worldview concept on food and nutrition as an important aspect of daily existence of the society. The author raises the issue of communication technologies that enable culinary TV programs to achieve the prime objectives, i.e. the gastronomic and culturological extension service of the Ukrainian nation among the Ukrainian viewers and to be obligatory in the TV viewing grid of each national channel.

The practical significance. The basic principles of technology differentiation are effective. They can be used in different models of modern culinary TV shows, they eloquently testify to the significant role and impact of food on people's mood and outlook formation.

Key words: food, cooking show, communication technologies, television discourse, charismatic TV presenters, exchange of skills, direction, visibility, convergence.

Надійшла до редколегії 22.02.2016 р.

■ УДК 323.232

І. П. Коваленко, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

О. І. Романюк, доктор політичних наук, професор, Харківська державна академія культури, м. Харків

ФОРМУВАННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ІМІДЖУ ЧЕРЕЗ ТЕЛЕЖУРНАЛІСТИКУ

Розглянуто проблему формування електорального іміджу через журналістську діяльність на телебаченні. Акцентовано на ролі її технологічних чинників. Розкрито прийоми формування іміджу кандидатів та політичних сил у контексті різних форм агітаційної діяльності в період виборчих кампаній. Доведено, що системна робота тележурналістів щодо формування електорального іміджу та донесення його до виборців є найважливішою складовою успіху виборчої кампанії.

Ключові слова: тележурналістика, електоральний імідж, політичні вибори, політичні технології, суб'єкти виборчого процесу.

И. П. Коваленко, кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

А. И. Романюк, доктор политических наук, профессор, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

ФОРМИРОВАНИЕ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ИМИДЖА ПОСРЕДСТВОМ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКИ

Рассмотрена проблема формирования электорального имиджа посредством журналистской деятельности на телевидении. Акцентируется на роли её технологических факторов. Раскрыты приёмы формирования имиджа кандидатов и политических сил в контексте разных форм агитационной работы в период избирательных кампаний. Доказано, что системная работа тележурналистов по формированию электорального имиджа и донесению его до избирателей является важнейшей составляющей успеха избирательной кампании.

Ключевые слова: тележурналистика, электоральный имидж, политические выборы, политические технологии, субъекты избирательного процесса.

I. P. Kovalenko, Candidate of Sciences in Social Communications, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

O. I. Romanyuk, Doctor of Political Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

FORMATION OF THE ELECTORAL IMAGE BY TV JOURNALISM

The issue of forming electoral image through journalistic activities on television is considered. The attention is paid to the role of its technological factors. The paper reveals methods of forming the image of the candidates and the political forces in the context of various forms of

propaganda during election campaigns. It is proved that the systematic work of TV journalists on the formation of electoral image and delivery it to the voters is a centerpiece of the success of an election campaign.

Key words: television journalism, electoral image, political elections, political technologies, the subjects of the electoral process.

Постановка проблеми. Під час виборчого процесу у формуванні іміджу як окремих кандидатів, так і політичних сил (партій, блоків) значну роль відіграє тележурналістика. Численні соціологічні дослідження свідчать: більшість інформації про суб'єкти виборчого процесу пересічні громадяни отримують з телеекранів. Соціологічне дослідження, яке здійснювалося під керівництвом одного з авторів цієї статті, виявило, що для трьох чвертей виборців основне джерело інформації про вибори — це телебачення [1, с. 78]. Продуктантами інформації про вибори на телебаченні є тележурналісти, котрі часто ангажуються окремими кандидатами та політичними силами. Від якості роботи тележурналістів з формування електорального іміджу та його поширення серед виборців значною мірою залежить успіх або, в іншому разі, поразка основних суб'єктів виборчого процесу. Саме тому проблема, що артикульована в назві статті, є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти, що висвітлюють роль тележурналістики у формуванні електорального іміджу, унаочнені в працях як зарубіжних фахівців із соціальних комунікацій, політологів, соціологів та психологів: Б. Брюса [2], Дж. Кіна [3], Дж. Фіске і Дж. Гартлі [4] та ін., так і вітчизняних: Д. Видріна [5], С. Нестеренко [6], Г. Почепцова [7] та ін. Певний внесок у розробку цієї проблеми здійснили й автори цієї статті [1; 8]. Хоча існує певний обсяг наукової літератури щодо участі тележурналістики у формуванні політичного іміджу, питання про технологію створення електорального іміджу через журналістську діяльність на телебаченні досліджене недостатньо.

Мета статті — на основі узагальнення новітнього досвіду висвітлити основні прийоми формування електорального іміджу через журналістську діяльність на телебаченні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Електоральний імідж — це образ певного кандидата або політичної сили, що беруть участь у виборах, який пропонується електоратові. Метою формування електорального іміджу є створення такого образу кандидата або політичної сили, який найпозитивніше сприймається виборцями, що спонукатиме їх голосувати саме за цього суб'єкта виборчого процесу. Науковий підхід до формування електорального іміджу полягає в тому, що його створення має бути результатом інтеграції трьох уявлень.

Перше — уявлення виборців про ідеального кандидата або про найприйнятнішу для них політичну силу. Природно, що виборці активніше голосуватимуть за тих кандидатів і політичні сили, які найбільше відповідають їх очікуванням. Навпаки, вони ніколи не оберуть тих, хто не відповідає їх ідеальним уявленням. Тому ця складова електорального іміджу є вельми важливою.

Друге — уявлення кандидата або політичної сили про себе. Досвід проведення виборчих кампаній доводить, що наслідування чужих образів не дає потрібних результатів. Використавши чужий образ, кандидат підсвідомо почуває себе «не у своїй тарілці». Фальшивість такого електорального іміджу завжди відчувають виборці, відтак у них виникає недовіра до такого кандидата або політичної сили і вони не голосують за них. Обираючи для балотування виборчий округ, кандидат має усвідомлювати, наскільки його реальний образ сприймається виборцями, наскільки він відповідає їх очікуванням та потребам. Наприклад, образ видатного вченого, до якого добре ставляться в округах, де серед виборців переважає інтелігенція, може зовсім не сприйматися в округах, де більшість населення становлять малоосвічені робітники або селяни, професійна діяльність яких обмежується тяжкою фізичною працею.

Третє — уявлення виборців виборчого округу про кандидата або політичну силу. Таке уявлення існує у виборців, коли кандидат або політична сила були їм відомі раніше. Кандидатові, якщо уявлення виборців про нього є заздалегідь негативним, слід добре зважити, балотуватися йому в цьому окрузі чи ні. Перед політичною силою така дилема не виникає, оскільки політичні сили беруть участь у виборах за пропорційною системою, яка передбачає створення великих багатомандатних округів. До кандидатів, котрі балотуються в мажоритарних округах та політичних сил, що балотуються за партійними списками, на виборах висувуються різні завдання. Перед кандидатами — посісти перше місце серед учасників виборчих перегонів, оскільки будь-яке інше місце означає поразку. Перед політичними силами — мати якомога більшу кількість голосів, щоб здійснити свій внесок до загальної електоральної скарбниці партії.

Після з'ясування сутності цих трьох уявлень починається робота зі створення електорального іміджу, яка передбачає чотири етапи.

1. Накладання уявлень кандидата або політичної сили про себе на уявлення виборців про ідеального кандидата. Сутність цієї роботи зводиться до того, що в основу електорального іміджу покладаються ті властивості кандидата або політичної сили, які найбільше відповідають запитам виборців.

2. Коригування уявлень виборців про ідеального кандидата або прийнятну політичну силу. Хоча такі уявлення об'єктивно формуються ще до початку виборчого процесу, але через журналістську діяльність їх можна істотно скорегувати. Коригування електорального іміджу передбачає інтенсивне пропагування в телеєфірі ділових та особистих якостей, притаманних кандидатові, або програмних та ідеологічних позицій політичної сили (поки не пов'язуючи їх з певною особою або конкретною політичною силою). Наприклад, якщо кандидатом, на якого працюють тележурналісти, є юрист, то виборців через телебачення переконують у тому, що більшість проблем, які їх турбують, можна вирішити через правову допомогу. Якщо такою політичною силою є Партія зелених, то увагу виборців слід привертати до екологічного стану в цієї місцевості, її недоліків та проблем.

3. Коригування уявлень виборців про певного кандидата або політичну силу, якщо вони відомі виборцям і в електорату існують певні застереження щодо них. У такому разі виборців необхідно переконати, що певні негативні моменти в біографії кандидата або діяльності політичної сили були випадковими, вони не характеризують їх образ і їх уже усунено. Коли кандидат або нова політична сила невідомі або недостатньо відомі виборцям, то перед тележурналістикою відкриваються великі перспективи. Журналісти починають формувати таке уявлення з «чистого аркуша». Проте це створює й значні труднощі, оскільки необхідно за стислий термін не тільки сформувані прийнятний для виборців образ кандидата або політичної сили, але й донести його до виборців.

4. Безпосереднє агітування виборців голосувати за цього кандидата або політичну силу. Агітування в телеєфірі може набувати різних форм, кожна з яких має свої особливості. Серед агітаційних форм, що використовуються на телебаченні, розрізняють прямі та непрямі.

Прямі — це форми, пов'язані з безпосереднім агітуванням виборців. До них належать.

1. Виступи на телебаченні, в підготовці яких беруть активну участь тележурналісти. Готуючи виступ кандидата або представника політичної сили на телебаченні, тележурналісти мають зважати на два моменти: вербальний та візуальний.

Вербальний полягає в тому, що говоритиме кандидат або представник. У процесі підготовки тексту виступу зазвичай трапляються дві характерні помилки. Перша — виступаючий зосереджується на розкритті власної програми, забуваючи про своїх супротивників з електоральних змагань. Друга — виступаючий критикує своїх суперників (або головного суперника) та «забуває» розкрити зміст власної програми. Рациональна побудова виступу кандидата або представника

політичної сили передбачає таку схему викладення агітаційного матеріалу: 1) окреслення нагальних проблем, що найбільше турбують виборців; 2) критика суперників щодо нездатності ефективно їх вирішити (коли головним суперником є представник чинної влади або правлячої політичної сили, то їх звинувачують у створенні таких проблем); 3) пропозиція вирішення нагальних проблем.

Візуальний момент унаочнюється в тому, який зовнішній вигляд має виступаючий. Використання телебачення під час виборчих змагань докорінно змінило методика й інженерію електорального маркетингу. Специфіка телебачення як інструменту політичної комунікації полягає насамперед у пріоритеті візуального сприйняття інформації над вербальним. Для політиків стало важливим не стільки те, про що вони говорять, скільки те, який вигляд вони мають на телевізійному екрані. За результатами соціологічних опитувань, більшість виборців, котрі вважають, що вирішальний вплив на їх вибір мали виступи політиків на телебаченні, пам'ятають не те, що вони говорили, а те, який мали вигляд. «Коли ви з'явитесь на телебаченні, ви відкриєте, що люди легко запам'ятають, як ви виглядали, але в їх пам'яті залишиться дуже небагато з того, що ви говорили. З'явитесь ... на радіо, і те, що і як ви казатимете, легко запам'ятається», — вважають західні іміджмейкери. Підрахунки спеціалістів у галузі телебачення свідчать, що 69% інформації на телеекрані передається без слів [2, с. 65]. Психологічні ефекти візуального сприйняття, які створює телебачення, спричинили посилення уваги до зовнішності політиків. Вираз обличчя, одяг, різні аксесуари вбрання спроможні суттєво впливати на сприйняття їх образу. Політики з приємною зовнішністю, зазвичай, популярніші, ніж ті, котрі мають якісь вади обличчя. Доброзичлива посмішка привертає до політика симпатії телеглядачів, а похмурий вираз обличчя, навпаки, відвертає. Але неприйнятно, коли під час телевізійної передачі політик увесь час посміхається, — це може викликати підозру щодо його розумових здібностей.

Завдяки телебаченню важливим інформаційним каналом сприйняття образу політиків став одяг. Відомий американський фахівець з паблік рілейшнз Бредан Брюс у своїй праці «Іміджі влади» пише: «Клас, статус, смак, стиль, відчуття моди, професія, національність, службовий стан — усе може бути передано за допомогою особливого стилю одягу. Важливіше й те, що особистість, особливо в царині інноваційного або консервативного поля, може бути передана тим, що обирає для носіння лідер» [2, с. 64]. Перевага на екрані кольорового телевізора сірих тонів в одязі політика закладає в підсвідомість глядачів сірі барви його образу. Проте політик, одягнений надто строкато

та барвисто, сприймається як не вельми серйозна людина. Найраціональнішим для сприйняття образу політика є такий антураж, коли, при певній витриманості, одяг політика має окремі яскраві елементи: кольорову краватку або хусточку в зовнішній кишені піджака, значок тощо. Одяг політика слід узгоджувати з культурою тієї аудиторії, яку він має намір підкорити. Політики лівої орієнтації, котрі сподіваються на підтримку малозабезпечених верств населення, повинні виглядати демократично. Для них є нормальним виступ у светрі, гольфі або ковбойці. Праві політики, прагнучи набутти підтримки забезпечених верств, повинні мати респектабельний вигляд: якісний костюм, пошитий відомим модельєром, вишукана краватка. Для політиків, що намагаються опертися на національні почуття електорату, раціональним є використання в одязі елементів національної символіки: краватки, яка відтворює поєднання кольорів національного прапора, значка із зображенням державного герба чи іншої національної емблеми або етнографічних мотивів. Так, в Україні немало політиків патріотичного спрямування з метою ідентифікації своєї політичної орієнтації використовують вишивані сорочки.

Важливе значення для візуального сприйняття політика мають і інші аксесуари. Відомо, що на початку своєї політичної кар'єри колишній канцлер ФРН Гельмут Коль носив окуляри з важкою роговою оправою, яка створювала ефект бар'єру, що віддаляв політика від об'єктів спілкування. Як наслідок — більшість сприймала його як замкнену людину. Після того, коли за порадою іміджмейкерів Коль замінив важку рогову оправу на легку металеву, обличчя «відкрилося». Відкритий вираз обличчя примушував вірити в щирість його слів та намірів [1, с. 81]

2. Відеокліпи — стислі відеоряди, що агітують виборців на підтримку певних кандидатів або політичних сил. Головна особливість відеокліпів полягає в стислості викладення агітаційного матеріалу, оскільки їх тривалість коливається від 0,5 до 4 хвилин. Створення відеокліпів потребує від тележурналістів високої майстерності, оскільки за стислий час слід донести до виборців основний меседж кандидата або політичної сили. Відеокліпи на телебаченні — революційна подія в галузі політичної реклами — дозволили найефективніше застосувати новітні соціально-психологічні технології. Однією з них є нейролінгвістичне програмування (НЛП): наріжна базова теза для розуміння якої, полягає в тому, що все, що людина бачить і чує, сприймається на двох рівнях — свідомому та підсвідомому, причому, як стверджують фахівці з психології, свідомість контролює тільки 3 % діяльності людини, а решту 97 % — підсвідомість [6, с. 14]. Часто це сприйняття буває абсолютно різним і навіть протилежним.

Слова, звуки, образи тощо несуть не тільки змістовні навантаження, але й викликають у людини певні емоційні реакції, які спонукають її до відповідних дій. Перевага НЛП порівняно з іншими технологіями полягає в тому, що людині не нав'язують тієї чи іншої думки, а лише створюють інформаційний контекст, за якого людина сама неодмінно дійде такого висновку, а відтак уважатиме її власною і рішуче захищатиме на свідомому рівні. Хоча один і той самий символ може викликати в різних людей різну реакцію (адже емоції залежать від особистого досвіду конкретного індивіда), проте існує універсальний набір символів, який викликає приблизно однакові (позитивні або негативні) реакції в більшості людей. На позитивних універсальних символах (сонечку, соняшнику, дитині) був створений рекламний відеоролик Партії Зелених України, що використовувався під час виборчої кампанії 1998 р. Це був перший випадок застосування НЛП-технологій у вітчизняній політичній рекламі, який наочно засвідчив їх ефективність, оскільки партія, яка не мала ані розгалуженої партійної структури, ані яскравих особистостей у партійному списку, ані популярних у тогочасних умовах ідеологічних постулатів (зубожілим людям не до екології), зуміла подолати чотирипроцентний бар'єр і мати власну фракцію в парламенті. Соціологічні опитування, проведені після виборів, засвідчили, що за «зелених» проголосувало немало тих виборців, котрі напередодні або не збиралися йти на вибори, або мали намір голосувати за 31 позицію виборчого бюлетеня («не підтримую виборчого списку жодної політичної партії, виборчого блоку партій»). Завдяки застосуванню НЛП-технологій вони проголосували за «зелених».

Ігнорування емоційного контексту сприйняття відеоматеріалу, як свідчить досвід електоральних кампаній, може спричинити результат, протилежний тому, на який сподіваються його автори. Так, під час виборчої кампанії 1999 р. в роликах Олександра Мороза активно використовувалося дослівне значення його прізвища: Мороз морозив «нових українців», які відпочивали на пляжі. Але в підсвідомості людини море, сонце і пляж — одні з найпопулярніших символів щастя, спокою і благополуччя, а заметіль і холод (мороз) — символи негативні. Отже, після перегляду таких роликів у підсвідомості закладався образ Мороза як загрози щастю і добробуту. На відміну від Мороза, ролики переможця президентських змагань — Кучми — були побудовані за простою, але вельми ефективною схемою: спочатку сюжет, що викликає позитивні емоції в глядача, а після нього — образ Кучми. Найпоказовіший у цьому сенсі ролик, де батьки дивляться телевизор і слухають повідомлення про вбитих і поранених на війні, а в цей час додому з армії повертається їх син. У момент емоційного піку на

задньому плані з'являється обличчя Кучми, а голос диктора повідомляє: «У нас немає війни». У підсвідомості закріплюється теза: наші діти живі й здорові, тому що Президент — Кучма [1, с. 83–84].

3. Теледебати — дискусії на телебаченні між конкуруючими кандидатами або представниками політичних сил. Основні теми таких дебатів — найсуперечливіші проблеми сучасності. Теледебати є найскладнішою щодо підготовки формою прямої агітації, оскільки складно точно спрогнозувати, як поводитиме себе суперник та що говоритиме. Тому теледебати потребують ретельнішої підготовки, порівняно з іншими агітаційними заходами. У процесі підготовки до теледебатів слід: 1) детально вивчити передвиборчу платформу суперника, його політичну історію та особистість; 2) спрогнозувати, про що він говоритиме та які запитання ставитиме кандидатові або представнику політичної сили; 3) підготувати відповіді на можливі запитання.

Проте ефективнішими є непрямі форми, відповідно до яких агітація здійснюється латентно (приховано). До таких належать.

1. Інтерв'ю з кандидатом або представником політичної сили, під час яких політики, відповідаючи на заздалегідь підготовлені запитання тележурналістів, доносять до виборців ту інформацію, яка їх цікавить. При цьому слід зважати, що електорат будь-якого виборчого округу не є чимось цілним, монолітним. Він диференціюється на декілька груп, що можуть мати доволі різні соціальні потреби й інтереси. Іноді ці інтереси є несумісними, що спричиняє конфронтаційні стосунки серед груп електорату. Отже, під час підготовки сценарію інтерв'ю пріоритетними мають бути запитання стосовно тих проблем, які турбують найбільшу кількість виборців. Готуючи відповіді на запитання, слід з'ясувати, чому ці проблеми турбують виборців і відповідно до цього пропонувати їх вирішення. Візуальний аспект інтерв'ю полягає в тому, що на глядачів впливає не тільки образ того, кого інтерв'юють (про це йшлося вище), але й образ того, хто інтерв'ює. Характеристики журналіста, котрий ставить запитання, в сприйнятті аудиторії автоматично переносяться на політика. Якщо політик під час інтерв'ю користується послугами журналіста з приємними зовнішністю та манерами, то навіть маючи середні здібності він спроможний справити позитивне враження на аудиторію.

2. Політичне телешоу. Одним з найважливіших наслідків використання телебачення під час виборчої кампанії стало те, що агітаційні кампанії поступово почали перетворюватися на своєрідні шоу, які потребують відповідних сценаріїв, сценографії та режисури. Розробка таких сценаріїв та їх утілення також є важливим аспектом роботи

тележурналістів, задіяних у виборчих кампаніях. Політичне телешоу зазвичай готується під конкретних політиків або політичних сил. На телешоу запрошуються відомі громадські діячі, провідні науковці, популярні творчі виконавці, які підтримують означеного суб'єкта електорального процесу або принаймні співчують йому. Своім авторитетом вони мають зміцнити позиції цього суб'єкта, сприяти підвищенню його рейтингу. Функція громадських діячів та науковців полягає в констатації того, що програма цього кандидата або політичної сили відповідає запитам суспільства та є науково обґрунтованою. Функція творчих виконавців — у створенні емоційного фону сприйняття іміджу цього суб'єкта.

Висновки. Світова тенденція посилення технологічного чинника політичних виборів зумовлює посилення значення телебачення в електоральному процесі, яке нині перетворилося на основне джерело інформування виборців про його перебіг та суб'єктів. У формуванні електорального іміджу кандидатів і політичних сил, котрі беруть участь у виборах, важливу роль відіграє тележурналістика. Професійна робота тележурналістів з формування електорального іміджу та донесення його до виборців є найважливішою складовою успіху виборчої кампанії. Обираючи технологічні прийоми з формування та поширення електорального іміджу, слід обов'язково зважати як на вербальний, так і на візуальний аспекти сприйняття телевізійної інформації виборцями. Матеріал щодо розкриття позитивних рис кандидата або політичної сили має органічно поєднуватися з критикою суперників.

Список використаних джерел

1. Романюк О. І. Телебачення як засіб формування політичного іміджу / О. І. Романюк // *Культура України*. — Харків : ХДАК, 2001. — Вип. 8. — С. 78–85.
2. Bruce B. Images of Power. How the Image — Makers Shape Our Leaders / B. Bruce. — London : Kogan Page, 1992. — 225 p.
3. Keane J. Media and Democracy / J. Keane. — Cambridge (UK) : Polity Press, 1991. — xiii, 216 p.
4. Fiske J. Reading Television (New Accents). 2-nd ed. / J. Fiske, J. Hartley. — London, New York : Routledge, 2003. — xx, 176 p.
5. Выдрин Д. И. Политика : история, технология, экзистенция / Д. И. Выдрин. — Киев : Лыбидь, 2001. — 432 с.
6. Нестеренко С. Як надати виборчому процесу сексуальності. Українці зазнали впливу новітніх технологій / С. Нестеренко // *Політика і культура*. — 1999. — № 30. — С. 14–17.
7. Почепцов Г. Имидж-мейкер. Паблик релейшнз для политиков и бизнесменов / Г. Почепцов. — Киев : Рекламное агентство Губерникова, 1995. — 235 с.

8. Коваленко І. П. Роль тележурналістики в електоральному процесі / І. П. Коваленко // Вісн. Харків. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Харків : ХДАК, 2012. — Вип. 37. — С. 211–215.

References

1. Romaniuk O. I. Telebachennia yak zasib formuvannia politychnoho imidzhu / O. I. Romaniuk // Kultura Ukrainy. — Kharkiv : KhDAK, 2001. — Vyp. 8. — S. 78–85.
2. Bruce, B. Images of Power. How the Image Makers Shape Our Leaders / B. Bruce. — London : Kogan Page, 1992. — 225 p.
3. Keane, J. Media and Democracy / J. Keane. — Cambridge (UK) : Polity Press, 1991. — xiii, 216 p.
4. Fiske, J. Reading Television (New Accents). 2-nd ed. / J. Fiske, J. Hartley. — London, New York : Routledge, 2003. — xx, 176 p.
5. Vydrin D. I. Politika : istoriya. tekhnologiya. ekzistentsiya / D. I. Vydrin. — Kyev : Lybid. 2001. — 432 s.
6. Nesterenko S. Yak nadaty vyborchomu protsesu seksualnosti. Ukraintsi zaznaly vplyvu novitnikh tekhnolohii / S. Nesterenko // Polityka i kultura. — 1999. — № 30. — S. 14–17.
7. Pocheptsov G. Imidzh-meyker. Pablik releyshnz dlya politikov i biznesmenov / G. Pocheptsov. — Kyev : Reklamnoye agentstvo Gubernikova. 1995. — 235 s.
8. Kovalenko I. P. Rol telezhurnalistyky v eklektoralnomu protsesi / I. P. Kovalenko // Visn. Kharkiv. derzh. akad. kultury : zb. nauk. pr. — Kharkiv : KhDAK, 2012. — Vyp. 37. — S. 211–215.

■ UDC 323.232

Kovalenko I. P., Candidate of Sciences in Social Communications, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

Romanyuk O. I., Doctor of Political Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

FORMATION OF THE ELECTORAL IMAGE BY TV JOURNALISM RESEARCH

The aim of the paper is to highlight the basic techniques of image formation through electoral journalistic activities on television on basis of the generalization of modern experience.

Research methodology. The basic methods of the study are the following: systemic, structural and functional, comparative, quantitative, behavioral, modeling.

Results. The paper reveals methods of forming the image of the candidates and the political forces in the context of various forms of propaganda during election campaigns. The global trend factor strengthening political elections process causes weight gain in TV electoral process. At present television has become the main source of informing voters about

the course and its subjects. In the formation of the image of electoral candidates and political parties participating in the elections, TV journalism plays a critical part. Smart TV journalists work on forming electoral image and delivering it to the voters. The results indicate that it is a centerpiece of the success of the campaign. Choosing technological methods of forming and reproducing electoral image it is necessary to consider both verbal and visual aspects of perception television media voters. Promotion of campaign activities should have systemic, serial, interrelated nature. The release of the positive traits of a candidate or his political force should be organically combined with criticism of his (her) opponents.

Novelty. The experience of using the latest technologies in image formation of electoral candidates and political parties through TV journalist activities is systematized and summarized.

The practical significance. The obtained results make it possible to create the image of candidates and political parties during election campaigns by TV journalists.

Key words: television journalism, electoral image, political elections, political technologies, the subjects of the electoral process.

Надійшла до редколегії 02.02.2016 р.

РОЗДІЛ 4

ПРИКЛАДНІ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

PART 4

APPLIED SOCIAL AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES

■ УДК [314.151:342.76]-054.73(100)

В. М. Шейко, доктор історичних наук, професор, Харківська державна академія культури, м. Харків

ДИНАМІКА ДЕМОГРАФІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ МІГРАЦІЙНИХ ПОТОКІВ БІЖЕНЦІВ У СВІТОВОМУ СПІВТОВАРИСТВІ

Розглядаються демографічні питання, зокрема процеси міграції населення. Проаналізовано причини міграції біженців, склад міграційних потоків біженців, забезпечення їх захисту, співпрацю народів в означених процесах. При цьому виокремлено висвітлення тематичних аспектів дитячої міграції біженців та її особливостей у різних регіонах світу.

Ключові слова: культура, демографія, міграція населення, біженці, глобальне управління, міжнародне товариство, міжнародні відносини, конвенція, міжнародне право, права людини, права дитини.

В. Н. Шейко, доктор исторических наук, профессор, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

ДИНАМИКА ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ МИГРАЦИОННЫХ ПОТОКОВ БЕЖЕНЦЕВ В МИРОВОМ СООБЩЕСТВЕ

Рассматриваются демографические вопросы, в частности, процессы миграции населения. Проанализированы причины миграции беженцев, состав миграционных потоков беженцев, обеспечение их защиты, сотрудничество народов в указанных процессах. При этом выделено освещение тематических аспектов детской миграции беженцев и их особенностей в разных регионах мира.

Ключевые слова: культура, демография, миграция населения, беженцы, глобальное управление, международное сообщество, международные отношения, конвенция, международное право, права человека, права ребенка.

V. M. Sheyko, Doctor of Historical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

THE TRENDS OF DEMOGRAPHIC TRANSFORMATIONS OF REFUGEE MIGRATION FLOWS IN THE WORLD COMMUNITY

Demographic issues including the processes of migration are examined. Special attention is paid to the analysis of the reasons for refugees migration, the structure of refugee migration flows, their protection, cooperation of nations in such processes. The aspects of child migration of refugees and their particular features in different regions are considered.

Key words: culture, demography, migration, refugees, global management, international community, international relations, convention, international law, human rights, children's rights.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині проблема демографічних трансформацій міграційних потоків біженців у світовому співтоваристві є надзвичайно актуальною. Глобалізаційно-цивілізаційні зрушення на планеті спричинили загострення відносин між регіонами світу, країнами Сходу і Заходу, країнами ЄС і пострадянського простору. Окрім того агресивна політика Російської Федерації стосовно України, Близького Сходу, Сирії, країн ЄС, США, порушуючи міжнародні права, зумовила значне погіршення політичного, культурного й соціально-економічного клімату на планеті, посилення міграційних потоків біженців, особливо із сирійського й українського регіонів. У зв'язку із цим, **мета статті** — проаналізувати основні моменти процесів динаміки демографічних трансформацій міграційних потоків біженців у світовому співтоваристві.

Один із основних соціально-культурних процесів у цьому аналізі — демографічний, котрий, однак, слід розглядати в контексті розвитку глобальної економіки, охорони здоров'я [21; 24] й освіти [16–18; 29]. Адже зазначені процеси, які привернули увагу світового співтовариства на початку 70-х рр., впливають на світопорядок. Так, населення в країнах півночі зменшувалося й старіло, а на півдні — збільшувалося й молоділо. Під час вивчення демографічних процесів з'ясувалося, що культурні й релігійні аспекти ускладнювалися економічними й політичними питаннями. Проте було очевидно, що окремі види соціально-культурних показників — потреба в загальній освіті, особливо дівчат і жінок, інші показники економічного й соціального розвитку — виникли в процесі вивчення культурних і релігійних відмінностей [20; 34].

Наступним аспектом глобального демографічного процесу, на нашу думку, є міграція — відоме глобальне явище, адже міграція в США з Латинської Америки й інших країн відбувається вже декілька десятиліть. Нещодавно виникло таке явище, як міграція з Африки до Західної Європи, зі Східної і Центральної Європи — у Західну, з Азії — до Австралії, Північної Америки, а також у межах регіонів: із різних країн Африки — у Нігерію, Кенію, із країн Центральної Америки — до Мексики, із Японії — до Австралії. А нині найактивнішими є міграційні потоки із Близького Сходу в Європу. Частково агресія Росії проти України спричинила потік біженців в інші країни. Таким чином, відбувається перемішування значної кількості населення, що має різні культурні й релігійні цінності, а це, водночас, зумовлює створення так званих мультиетнічних і мультикультурних суспільств [19; 27; 28].

У зв'язку із вищевикладеним, питання про стан біженців сьогодні без перебільшення є одним із найхворобливіших, оскільки стосується

корінних інтересів багатьох народів і держав світу. Через його призму вирішуються зовнішньо- і внутрішньополітичні проблеми країн. Крім того, проблеми, спричинені сучасними міграційними потоками, мають безліч міжнародних аспектів, негативно відбиваються на політичних відносинах держав. Проблема біженців має свої історичні корені. Міграційні потоки завжди існували, як і конфлікти, що змушували сотні тисяч людей лишати обжиті місця. Позбавлені доступу до засобів соціального та правового захисту, котрий має забезпечувати держава, біженці виявилися найуразливішою групою населення. Указані обставини рушили перед міжнародним співтовариством питання щодо необхідності вжити спеціальних заходів для полегшення їх складного становища біженців [9; 27; 28].

Перша світова війна призвела до виникнення 1,5 млн біженців і переміщених осіб, розкиданих по різних країнах. Восени 1931 р. з метою створення координаційного центру для узгодження зусиль щодо надання допомоги Ліга Націй призначила відомого дослідника Ф. Нансена першим Верховним комісаром у справах біженців. Саме йому належить ідея розробки визнаних усіма країнами проїзних документів для біженців, що пізніше дістали назву «паспорта Нансена». Вони стали дієюв допомогою біженцям і переміщеним особам, надавши можливості тисячам людей повернутися додому або набути певного статусу в іншій країні. У 1945 р. Лігу Націй змінила Організація Об'єднаних Націй, розпочався новий історичний етап у вирішенні проблеми біженців.

У 1948 р. ООН прийняла Загальну декларацію прав людини як «основу свободи, справедливості і загального миру». Відповідно до Загальної декларації, усі люди народжуються вільними і рівними у своїй гідності і правах, «без будь-якої різниці, як-от: стосовно раси, кольору шкіри, статі, мови, релігії, політичних чи інших переконань, національного і соціального походження...». Особливої актуальності тема захисту прав людини набула з приводу біженців, людей, котрі стали жертвами переслідувань, і тих, хто вимушений залишити свою країну [4].

У цьому зв'язку Генеральна Асамблея ООН на 1-й сесії прийняла резолюцію-основу діяльності ООН з підтримки біженців. Був створений і новий орган — Міжнародна організація в справах біженців (МОБ), мандат якої передбачав захист тих груп біженців, які визнані Лігою Націй, а також однієї нової категорії — 21 млн біженців, розкиданих по всій Європі внаслідок Другої світової війни [4; 14].

У 1951 р. МОБ змінило Управління Верховного комісара ООН у справах біженців (УВКБ). У Статуті УВКБ, прийнятому Генеральною Асамблеєю в грудні 1950 р., викладені обов'язки Управління, серед

яких найважливішим є довгострокове забезпечення захисту біженців у міжнародному масштабі.

Ключову роль у діяльності УВКБ відіграє Конвенція 1951 р. про статус біженців — договір, який є основою міжнародного законодавства стосовно біженців. Однак сфера дій Конвенції спочатку була обмежена особами, котрі стали біженцями внаслідок тих чи інших подій до 1 січня 1951 р. Останні десятиліття виявили, що проблема біженців пов'язана не тільки з Другою світовою війною та її безпосередніми наслідками. З виникненням нових груп біженців поставала необхідність змінити положення Конвенції, щоб застосувати її до нових ситуацій. Дійсно універсальною проблема стала в 1967 р., коли набув чинності Протокол, де скасовано обмежуваче застереження стосовно часу — 1951 р. [4; 7; 14].

Проблема біженців — не просто сторінка історії. Генеральний секретар ООН Кофі Аннан відзначав, що життя мільйонів людей на планеті усе ще затьмарене насильством. Така ситуація не дозволяє мільйонам людей здійснити одне з основних прав людини — право на безпечне й мирне життя у своїй домівці [7]. А тому на початку ХХІ ст. діяльність УВКБ є надзвичайно важливою.

Сучасна міжнародна міграція населення — це багатогранне явище, що впливає на всі аспекти розвитку суспільства: економіку, культуру чи політику, демографічні процеси чи національні відносини. Донедавна УВКБ опікувалася долями більше 23 млн осіб у 143 країнах. Ця цифра вражає сама по собі, але особливого драматизму ситуації додає те, що за кожним фактом, показником стоять людські долі, переживання, прикрасі, страждання. Тому робота з біженцями потребує не тільки коштів, матеріальних ресурсів, але і щирості. Надзвичайно важливим є оперативне реагування на виникаючі великомасштабні потоки біженців. З початку 90-х рр. УВКБ не раз доводилося здійснювати складні операції, безпосередньо пов'язані з такими явищами. Вони включали масову втечу 1,8 млн іракських курдів в Іран і на кордон між Туреччиною та Іраком; війну, що призвела майже до 4 млн біженців, переміщених осіб та інших жертв у колишній Югославії; близько 330 тис. біженців у Кенії, головним чином із Сомалі; масової втечі близько 260 тис. біженців з М'янми в Бангладеш; потік майже 250 тис. біженців із Того в Бенін і Гану. Крім того, у зв'язку з кризовою ситуацією в Закавказзі і Середній Азії, УВКБ направляло туди спецгрупи оперативного реагування на надзвичайні ситуації для надання допомоги майже 1,5 млн переміщених осіб у Вірменії, Азербайджані й Таджикистані [4]. Сьогодні світ змушений вирішувати проблему біженців з Близького Сходу, України тощо.

Зрозуміло, що такі масштабні операції потребують належного фінансування. Спочатку вважали матеріальні аспекти надання допомоги біженцям — обов'язком уряду країни, що надає притулок. Однак оскільки значна кількість недавніх світових потоків біженців виникла в найменш розвинених країнах, УВКБ взяло на себе роль по координації матеріальної допомоги біженцям, у конкретних випадках — переміщеним особам. Означена функція, як відомо, не згадана в Статуті організації, вона стала одним з основних завдань поряд з наданням захисту і сприянням у прийнятті рішень. У процесі пошуку довгострокових вирішень проблем біженців УВКБ постійно прагне допомогти бажаним повернутися додому. Однак у тих випадках, коли репатріація неможлива, воно допомагає інтеграції біженців у країнах притулку, а якщо і це не вдається — розселяє по інших країнах. Одночасно необхідно підкреслити надзвичайну важливість співробітництва УВКБ з іншими членами міжнародного співтовариства. При цьому надзвичайно важливу роль відіграють і регіональні ініціативи. Так, положення, що містяться в Конвенції ОАЄ (Організація африканської єдності) і Картахенській декларації (держави Центральної Америки та Мексика), поширили міжнародний захист на значну кількість осіб, на яких, можливо, не поширювалася дія Конвенції 1951 р. Розширення терміна «біженець» з урахуванням регіональних особливостей надало необхідні повноваження міжнародним заходам в інтересах людей, вимушених залишити свої країни.

Слід підкреслити, що УВКБ використовує досвід інших організацій системи ООН у питаннях забезпечення продуктами харчування (ФАО), охорони здоров'я (ВООЗ), освіти (ЮНЕСКО), соціального забезпечення дітей (ЮНІСЕФ) і професійно-технічного навчання (МОП). Практичний досвід підтверджує, що успіх у вирішенні й запобіганні проблемам біженців здебільшого залежить від ефективності координації усіх відповідальних учасників, зокрема урядових, міжурядових і неурядових установ. Необхідно також зазначити, що карта географічної присутності УВКБ у світі змінюється швидкими темпами залежно від виникнення нових ситуацій, які стосуються біженців, або можливостей для прийняття рішень з проблем біженців.

Як зазначалося, у сфері діяльності УВКБ перебувають 25 млн осіб, серед них 40 % біженців — країни Африки, 30 % — Азії; 60 % внутрішніх переміщених осіб, яким УВКБ надало допомогу, перебувають у колишній Югославії і 30 % — у країнах СНД [1; 4; 7].

Як відомо, виникнення на початку 90-х рр. нових незалежних держав призвело до загострення проблеми біженців і переміщених осіб на території колишнього СРСР. Основними причинами, що змушують

людей залишити місце свого проживання, є дискримінація та порушення прав некорінних національностей, які виникли в результаті «розвитку» законотворчості в державах нового зарубіжжя. Крім того, економічна криза, яка супроводжується скороченням робочих місць, банкрутством підприємств і різким соціальним розшаруванням населення, спричинила дестабілізуючі процеси в цих державах і, як наслідок, — збільшення міграційних потоків. Слід виокремити виникнення міжнаціональних конфліктів. Вирішення проблем некорінних національностей здійснювалося, зазвичай, неефективно, що часто призводило до ускладнення відносин між державами. Північний Кавказ, наприклад, був, до речі, найконфліктнішим регіоном Російської Федерації, що зумовлено протиріччями у сфері національного устрою і міжетнічних відносин. Ускладнювалася обстановка й у середньоазіатських республіках колишнього СРСР. Нині навіть у відносно «спокійних» раніше Казахстані, Киргизстані й Узбекистані зростає напруженість, викликана дискримінацією російськомовного населення. Викликає тривогу і ситуація в країнах Балтії. Багато в чому складність проблеми пов'язана і з тим, що будь-яка дискусія з проблемами біженців органічно і неминуче перетворюється на суперечку щодо основного питання — національного, одного з найскладніших у сучасному світі. Становище ускладнюється і тією обставиною, що партії різних орієнтацій активно експлуатують тему біженців у політичній боротьбі, використовуючи радикальні аргументи. Так, очевидна неможливість оперативних і дієвих рішень розцінюється як непатріотичність керівництва, небажання піклуватися про громадян, покинутих напризволяще [10; 11; 14].

Важливу роль у гармонізації міжнаціональних відносин, створенні основ дотримання загально визнаних стандартів у сфері прав людини мають відіграти досвід і авторитет УВКБ і, безумовно, регіональні організації. Підтвердженням слугує конференція країн СНД з проблеми біженців (в 1998 р.). Такі ініціативи свідчать про те, що в СНД, нарешті, усвідомили необхідність розумного обмеження процесу суверенізації, і при правильному підході вони можуть стати однією з головних опор політичної та економічної стабільності на просторі колишнього СРСР, що неодноразово підкреслювали фахівці УВКБ. Останнім часом особливу увагу УВКБ приділяло профілактичним заходам у країнах, де починають з'являтися біженці чи є ймовірність їх появи в майбутньому. Найчастіше ці заходи здійснюються в межах зусиль ООН щодо підтримки миру чи миротворчості.

Діяльність УВКБ, двічі відзначена Нобелівською премією миру, визнана світовим співтовариством як така, що сприяє справі захисту основних прав людини, формуванню нового світу, такого, який

гарантує безпеку, стабільний політичний, економічний і духовний розвиток.

Особливої значимості у зв'язку із цим набувають проблеми дітей-біженців. На Організацію Об'єднаних Націй її Статутом покладені функції міжнародного співробітництва, заохочення і розвитку «поваги до прав людини для всіх, незалежно від раси, статі, мови та релігії» (ст. 1, п. 3) [10]. Важливий напрям діяльності ООН — розробка міжнародних стандартів у сфері прав людини; створення спеціальних міжнародних органів для заохочення і реалізації цих прав; контроль за дотриманням державами міжнародних зобов'язань у сфері прав людини. Принциповим кроком у формуванні механізму міжнародного захисту прав біженців стало прийняття Статуту Управління Верховного комісара в справах біженців у резолюції Генеральної Асамблеї ООН 428 (V) [1].

На УВКБ ООН покладені обов'язки здійснення міжнародного захисту під егідою ООН тих біженців, що підпадали під визначення, подане в Статуті, і надання допомоги урядам у справі полегшення добровільної репатріації біженців або їх асиміляції в нових країнах (ст. 1) [14]. У межах ООН створено ефективний механізм захисту прав біженців, що ґрунтується на чіткій нормативній базі — Конвенції про статус біженців 1951 р. [6] і Протоколі, що стосується статусу біженців 1967 р. [11].

Конвенція про статус біженців (набула чинності 21 квітня 1954 р.) містить основні положення, що стосуються статусу біженців, визначення поняття «біженець»; принцип заборони примусової висилки біженця (принцип non-refoulement); заборону дискримінації; мінімальні стандарти взаємовідносин з біженцями, питання зайнятості, їх соціального забезпечення; положення про видачу документів; зобов'язання для держав-учасників співробітничати з УВКБ ООН у виконанні його мандата й забезпеченні однакового застосування положень Конвенції.

Забезпечення міжнародного захисту біженців завдяки сприянню в підписанні і ратифікації міжнародних конвенцій по захисту біженців, а також контроль за виконанням міжнародних конвенцій із захисту біженців, доручене УВКБ ООН на основі визнання того положення, що ефективність координації заходів, які здійснюються для вирішення проблеми біженців, залежить від співробітництва держав з Верховним комісаром [6, Преамбула].

У сучасному міжнародному праві Конвенція і Протокол є основними міжнародно-правовими актами із захисту біженців. Конвенція і Протокол набули широкого міжнародного визнання, нині їх

учасниками є більше 122 держав. Конвенційне визначення біженців імplementовано до законодавства більшості країн [26].

Стрімкий і найчастіше непередбачуваний розвиток світу висуває перед міжнародним співтовариством нові складні завдання. Громадянські війни, збройні конфлікти, етнічні зіткнення, національно-визвольна боротьба охопили останніми десятиліттями багато регіонів планети, спричинили масові переміщення людей до інших країн. Генеральна Асамблея ООН у резолюції 1167 від 20 листопада 1957 р. вперше уповноважила Верховного комісара на надання допомоги біженцям, що «не відповідали цілком визначенню Статуту, але їх становище викликало стурбованість світового співтовариства» [12]. Починаючи з 70-х рр. у резолюціях Генеральної Асамблеї до біженців належать не тільки особи, депортовані владою з держави проживання, але і переміщені всередині країни, що стало звичайним явищем в умовах громадянських війн або внутрішніх конфліктів. У 1976 р. був схвалений новий напрям у діяльності УВКБ ООН — допомога біженцям-жертвам стихійних лих.

За оцінками УВКБ ООН, протягом 1997 р. загальна кількість біженців, переміщених осіб та інших, котрі постраждали внаслідок війн, скоротилася приблизно на 300 тис. і наприкінці року становило 22,3 млн осіб. Протягом 1997 р. в межах програм УВКБ ООН або самотужки репатріювалися близько 900 тис. біженців. Однак після повернення біженці часто опинялися в нестабільному становищі в тих районах, де щойно завершився або ще триває конфлікт.

У колишній Югославії головне діяльності УВКБ ООН — надання допомоги приблизно 1,8 млн осіб, котрі є переміщеними особами і перебувають як у самому регіоні, так і за його межами. Конфлікт у Косово і напруженість у Придунайському районі Хорватії змусили УВКБ ООН відновити свою присутність у регіоні для надання допомоги особам, котрі залишають ці райони. Виняткові за складністю завдання постали перед УВКБ ООН у зв'язку з новим спалахом конфлікту в Косово навесні 1999 р.

Як неодноразово відзначав у своїх виступах і публікаціях Генеральний секретар ООН Кофі А. Аннан, «перед УВКБ ООН постало грандіозне завдання, пов'язане із задоволенням потреб біженців і тих, хто повернувся, у сфері реінтеграції та реабілітації. Водночас посилюються побоювання того, що через нестачу фінансових ресурсів скорочуватимуться масштаби життєво важливих операцій, які він здійснює, а в деяких випадках доведеться й припинити їх проведення» [7].

Однією із сучасних соціальних проблем є забезпечення прав дитини, від вирішення якої залежить майбутнє людства. У Статуті ООН закладена правова основа для формування міжнародної

системи захисту прав людини, що передбачала розробку міжнародних стандартів у сфері захисту прав людини й створення міжнародних контрольних органів за їх дотриманням. У наступні роки діяльності ООН міжнародний захист прав дітей оформився в особливий напрям — створені Спеціальна комісія і Дитячий фонд ООН (ЮНІСЕФ). Захист прав дітей з окремих найважливіших напрямів покладено на спеціалізовані установи ООН: ЮНЕСКО (Організація Об'єднаних Націй з питань науки, культури й освіти), МОП (Міжнародна організація праці), ВООЗ (Всесвітня організація охорони здоров'я). Міжнародний захист прав дітей-біженців покладено на УВКБ ООН.

Понад половину будь-якої групи біженців, звичайно, становлять діти. В умовах нестабільності і безпрецедентних потрясінь діти-біженці зазнають найбільшої небезпеки.

Діяльність УВКБ ООН щодо забезпечення захисту й допомоги дітям-біженцям — найважливіша складова його мандату. З метою забезпечення дітям-біженцям більшого ступеня захисту й турботи УВКБ ООН схвалило документ за назвою «Політика УВКБ ООН стосовно дітей-біженців», що затверджений Виконавчим комітетом УВКБ ООН у жовтні 1993 р. [3; 9].

Цей напрям — логічний крок у діяльності УВКБ ООН в інтересах дітей-біженців. За кілька років Виконавчий комітет Програми Верховного комісара прийняв певні рішення з проблем дітей-біженців. У 1988 р. були опубліковані Рекомендації УВКБ ООН стосовно дітей-біженців [13], куди долучені міжнародні норми щодо допомоги і захисту дітей-біженців, основні положення висновків Виконавчого комітету і технічні рекомендації Робочої групи УВКБ ООН з питань дітей-біженців. Конвенція ООН про права дитини [5], прийнята в 1989 р., закріпила стандарти, що стосуються прав усіх дітей, зокрема дітей-біженців. Основа Рекомендацій — усвідомлення того, що діти-біженці потребують особливого захисту й допомоги.

Хоча така політика передбачає обов'язкові дії, насамперед, персоналу УВКБ ООН, очікується, що вона має бути керівництвом до дії для всіх, хто опікується проблемами дітей-біженців: урядів, органів системи ООН, міжнародних і національних неурядових організацій і організацій самих біженців. У цьому — суть політики, спрямованої на зміцнення спільних дій усіх сторін щодо забезпечення захисту й допомоги дітям-біженцям. Раптове виникнення надзвичайних обставин, які супроводжуються насильством, руйнування родини і соціальних структур, обмаль засобів існування в більшості біженців — усе це серйозно позначається на фізичному і психічному благополуччі дітей-біженців. Маленькі діти раніше і частіше інших стають жертвами насильства, хвороб, недоїдання. Розпад родини і порушення звичного

способу життя внаслідок надзвичайних обставин, а також пошуки виходу зі становища негативно позначаються на дітях-біженцях усіх вікових груп.

УВКБ ООН прагне вирішувати проблеми дітей-біженців у контексті родини й співтовариства біженців. Благополуччя дитини пов'язане зі здоров'ям і безпекою особи, котра безпосередньо піклується про неї, а в більшості випадків такою особою є її мати. Для поліпшення умов життя дітей-біженців УВКБ ООН прагне забезпечити ефективне виконання положень, що означені в таких документах, як «Політика Верховного комісара стосовно жінок-біженців» [14] і Рекомендації УВКБ ООН по захисту жінок-біженців [30]. Політика Верховного комісара стосовно дітей і жінок — це дві нерозривні частини єдиного цілого, тому виконання всіх рекомендацій потребує постійної координації.

У підході УВКБ ООН дитина розглядається в контексті родини і суспільства в цілому, причому особлива увага приділяється потребам розвитку дитини, урахуванню її статі й особливостей культурного середовища, специфічних потреб самотніх дітей, а також конкретним проблемам, що виникають під час репатріації та реінтеграції.

Головна мета Рекомендацій — забезпечити дітям-біженцям необхідні захист і турботу. Рекомендації поєднують концептуальне ставлення до прав дитини і програм діяльності УВКБ ООН, спрямовану на забезпечення захисту й допомоги дітям-біженцям.

У Рекомендаціях міститься достатньо інформації для додання нового стимулу шляхетній справі захисту прав дітей-біженців у повній відповідності з Конвенцією про права дитини [5]: «В усіх діях стосовно дітей... першочергова увага приділяється якнайкращому забезпеченню інтересів дитини» (ст. 3); держави повинні забезпечувати права кожної дитини, що перебуває «у межах їх юрисдикції, без будь-якої дискримінації» (ст. 2).

У Конвенції про статус біженців 1951 р. [6] і Протоколі щодо статусу біженців 1967 р. [11] визначено норми, що однаковою мірою стосуються як дітей, так і дорослих:

- 1) дитина, котра має «цілком обґрунтовані побоювання стати жертвою переслідувань» через кожну із зазначених причин, є біженцем;
- 2) дитину, яка має статус біженця, не можна примушувати до повернення в країну свого походження (принцип відмовлення від примусового повернення);
- 3) не існує різниці між дітьми і дорослими в питаннях соціального забезпечення і законних прав.

В одній із статей Конвенції закріплені норми, надто важливі для дитини: біженцям повинні надавати такий правовий статус, як і

громадянам країни, у якій вони перебувають, для здобуття освіти (ст. 22), ніж той, яким користуються іноземці, що не є біженцями.

Поняття «біженець» було розширене в Конвенції Організації африканської єдності (ОАЕ) 1969 р. (про деякі аспекти проблем біженців в Африці). Поняття «біженець» розширене і в Картахенській декларації 1984 р., і хоча зафіксована в ній норма не є юридично обов'язковою, вона застосовується на практиці в латиноамериканських державах [5; 6; 9; 14].

Міжнародний договір, у якому визначено більшість норм, що стосуються дітей, — це Конвенція про права дитини 1989 р. [25]. Хоча Конвенція не є договором про біженців, вона поширюється і на дітей-біженців, оскільки всі закріплені в ній права повинні гарантуватися всім особам у віці до 18 років (ст. 1) без будь-якої дискримінації (ст. 2).

У Конвенції про права дитини для дітей-біженців документі охоплені практично всі аспекти життя дитини — від прав на охорону здоров'я й освіти до соціальних і політичних. Деякі норми є конкретними, наприклад, положення про здійснення правосуддя стосовно неповнолітніх (ст. 37, 40), усиновлення (ст. 21), права родини (ст. 5, 9, 14.2).

Деякі з прав, що стосуються соціального забезпечення, залежать від фінансових можливостей держави. Право на охорону здоров'я (ст. 24), освіту (ст. 28) і відповідний рівень життя (ст. 27) вважаються «правами, що розвиваються» («progressive rights»), оскільки їх реальне наповнення зростає по мірі економічного розвитку держави. Проте ці соціальні права — не просто принципи чи абстрактні цілі. Це — дійсно права. Тому заборона дискримінації (ст. 2) означає, що будь-які блага, надані державою дітям, котрі є її громадянами, повинні забезпечуватися всім дітям, включаючи біженців, що перебувають на території держави.

Конвенція про права дитини набула надто важливого значення для дітей-біженців через майже загальну її ратифікацію (155 державами до березня 1994 р., 191 державою станом на 6 травня 1998 р.) [9].

УВКБ ООН використовує Конвенцію про права дитини й у своїй діяльності, розглядаючи ці права як принципи. У документі «Політика УВКБ ООН стосовно дітей-біженців» зазначається: «...як конвенція ООН [Конвенція про права дитини] є нормативною основою для дій УВКБ ООН» (п. 17). Відповідно до одного з принципів цієї політики, «у всіх діях стосовно дітей-біженців мають передусім враховуватися права дитини-людини, особливо її найкращі інтереси».

З метою забезпечення благополуччя дітей-біженців УВКБ ООН закликає до дотримання норм, установлених Конвенцією, усіма

державами, міжнародними установами і неурядовими організаціями [11; 14; 26].

У 1990 р. Всесвітня зустріч на вищому рівні в інтересах дітей схвалила Декларацію про забезпечення виживання, захисту й розвитку дітей і План дій щодо здійснення Декларації. У них були сформульовані важливі нормативні цілі в галузі охорони здоров'я й освіти дітей, для реалізації яких держави розробляють національні плани дій, у яких діти-біженці мають захищуватися до категорії «дітей, котрі опинилися в особливо складних умовах».

Головною особливістю Конвенції про права дитини є те, що в ній дитині надаються права. Звичайно, думають не стільки про юридичні права дитини, скільки про потреби, які необхідно задовольнити. Завдяки Конвенції діти отримали міжнародно визнані права людини.

Незважаючи на те, що права, закріплені в Конвенції, охоплюють практично всі аспекти життя дитини, серед них виокремлюють три фундаментальні права, котрі можна розглядати як основу всієї Конвенції про права дитини. Це — принцип «найкращих інтересів», захист від дискримінації та право на участь. Ці три права настільки важливі і взаємозалежні, що найчастіше їх розглядають як «трикутник прав». Вони підсилюють значення один одного, сприяючи досягненню головної мети — забезпечити «виживання й розвиток» дитини (ст. 6), відповідно до принципу «найкращих інтересів». Принцип «найкращих інтересів» має два основні практичні застосування: по-перше, політика уряду і, по-друге, рішення, прийняті стосовно дитини на індивідуальній основі.

У статті 3 Конвенції про права дитини міститься вимога про те, щоб «у всіх діях стосовно дітей» держави пріоритетом має бути «найкраще забезпечення інтересів дитини». Від держави також потребують вивчення наслідків будь-яких дій, що можуть порушувати інтереси дітей. Оскільки інтереси дитини не завжди цілком збігаються з інтересами дорослих, а часом навіть суперечать їм, держава має чітко розділяти інтереси різних груп населення [4; 6; 11; 26].

Під час ухвалення рішення стосовно окремої дитини її найкращі інтереси повинні стати, як мінімум, предметом першочергової уваги. У деяких випадках інтереси благополуччя дитини переважають над іншими. Наприклад, якщо дитина зазнає жорстокого ставлення, про неї не піклуються, — вона може бути розлучена зі своїми батьками, якщо це «необхідно в найкращих інтересах дитини» (ст. 9). Коли йдеться про усиновлення, «найкращі інтереси дитини» повинні враховуватися «у першочерговому порядку» (ст. 21).

Під час визначення найкращих інтересів дитини слід зважати на такі чинники: «бажаність наступності» в питаннях мови й культури

(ст. 20), збереження сімейних зв'язків і громадянства (ст. 8), а також побажання самої дитини, які необхідно розглядати відповідно до її «віку й зрілості» (ст. 12). При цьому мета полягає в тому, щоб забезпечити дитині можливість «рости в сімейному оточенні, в атмосфері щастя, любові й розуміння» (Преамбула).

Принцип «найкращих інтересів» — основна думка Конвенції про права дитини. Кожна її стаття — своєрідна варіація на тему про найкращі інтереси дитини.

У статті 2, присвяченій захисту від дискримінації, міститься заклик до держав поважати і забезпечувати «всі права, передбачені дійсною Конвенцією, за кожною дитиною, що перебуває в межах їх юрисдикції, без будь-якої дискримінації, незалежно від національного, етнічного або соціального походження дитини чи будь-яких інших обставин». Кожна дитина, що перебуває в межах юрисдикції держави, має всі права, передбачені Конвенцією, незалежно від її громадянства, імміграційного статусу чи будь-яких інших обставин. Діти-біженці, діти, які шукають притулку, а також ті, котрим у ньому відмовлено, наділені всіма правами, передбаченими Конвенцією [4; 6; 11; 26].

У статті 12 зазначено: «Держави-учасники забезпечують дитині, здатній сформулювати свої власні погляди, право вільно виражати ці погляди з усіх питань, причому поглядам дитини приділяється належна увага відповідно до віку й зрілості дитини». Майже кожна стаття Конвенції тією чи іншою мірою торкається різних аспектів участі дитини в житті суспільства. Наприклад, участь у соціальних відносинах родини (ст. 7.1 і 10) і житті співтовариства (ст. 15 і 17), а також у суспільному житті осіб з особливими потребами, таких як діти-інваліди (ст. 23). Участь дітей у підготовці та прийнятті рішень допомагає дорослим здійснювати правильний вибір, оскільки вможливує краще зрозуміти думки, почуття й потреби дітей. Участь відповідає і потребам розвитку самої дитини. Саме завдяки особистій участі діти вчаться приймати рішення, набувають упевненості в собі й уміння правильно використовувати набутий досвід. Коли діти підрастають і дорослішають, вони беруть дедалі більшу участь у процесі прийняття рішень.

Незважаючи на те, що Конвенція про права дитини наділяє дітей особистими правами, у ній також підкреслюється значення взаємозв'язків. Благополуччя дитини й можливість реалізації її прав залежать від родини і від усієї громади. У Конвенції визнається значення родини як «основного осередку суспільства», а права дитини розглядаються в контексті прав і обов'язків батьків (ст.ст. 5, 14, 18 та ін.). Незмінно визнається важливість співтовариства (громади) (ст.ст. 5, 13, 14, 15, 20, 29, 30).

Кращий спосіб надання допомоги дітям-біженцям — це допомога їх родинам, а кращий спосіб допомогти родині — допомогти всій громаді. Ця ідея є основною в документі «Політика УВКБ ООН стосовно дітей-біженців». Програми УВКБ ООН, зазвичай, орієнтовані на надання допомоги родині, оскільки це надає їй можливості захистити й піклуватися про своїх дітей, а також допомагати громаді, що, підтримуючи родину, забезпечує захист дитини [5; 6; 9; 14].

У Конвенції поняття «дитина» визначається як будь-яка особа, яка не досягла 18-річного віку, якщо за законом, застосованим до цієї дитини, вона не досягає повноліття раніше (ст. 1). Це визначення може сприйматися як суперечливе, оскільки, відповідно до нього, поняття «дитина» є синонімом поняття «неповнолітній». З іншого боку, згідно з визначенням, наведеним у словникові, дитина — особа, котра не досягла статевої зрілості.

У документі «Політика УВКБ ООН стосовно дітей-біженців» (п. 3) поняття «дитина» використовується відповідно до визначення у Конвенції. Одна з причин, чому саме 18-річний вік є межею, полягає в тому, що це — визнаний вік досягнення повноліття, тобто той вік, коли людина набуває юридичних прав дорослого. Але є і практичніша причина долучення підлітків до сфери дії Конвенції. Хоча підлітки можуть бути так само фізично розвинуті, як дорослі, і виконувати немало обов'язків дорослих, загалом вони ще не цілком досягли емоційної зрілості і здатності до раціонального мислення. У положенні біженця дитина дійсно потребує «особливої турботи і допомоги», що передбачено Конвенцією: вона ще тільки розвивається як особистість і набуває необхідного досвіду.

Назвемо інші важливі стандарти, закріплені в Конвенції про права дитини: кожна дитина «реєструється відразу ж після народження» і має право «на отримання громадянства» (ст. 7.1.); бажає набутти статусу біженця, має право на «захист і гуманітарну допомогу» в користуванні правами, що означені в договорах і деклараціях стосовно біженців (ст. 22.1) [4; 5; 11; 14].

У Конвенції про статус біженців 1951 р. і Протоколі щодо статусу біженців 1967 р. поняття «біженець» визначається незалежно від віку, немає і спеціального положення про статус дітей-біженців [6; 11]. Застосування до дітей критерію «цілком обґрунтованих побоювань» стати жертвою переслідувань звичайно не викликає жодних проблем, якщо, як це відбувається в більшості випадків, дитину супроводжує хтось із батьків. Складніше завданням пов'язане з визначенням статусу біженця для дитини, котру не супроводжують.

Залежно від національного законодавства, дитина, може набутти статусу біженця через «цілком обґрунтовані побоювання стати

жертвою переслідувань», як це визначено в Конвенції 1951 р. і Протоколі 1967 р.; статусу біженця, який визначений у Конвенції ОАЄ 1969 р. чи Картахенській декларації 1984 р.; якщо клопотання про статус біженця відхиляється, дитині можуть дозволити залишитися в країні з наданням імміграційного статусу через інші гуманітарні причини або відмовити чи депортувати.

Незалежно від того, на основі якого закону дитина звертається з проханням про надання притулку, її клопотання має бути розглянуте відповідно до певної процедури. У такому разі використовуються три основні методи: ухвалення рішення стосовно групи осіб; ухвалення рішення з клопотання дорослого; ухвалення рішення на підставі клопотання самої дитини.

Коли глава родини набуває статусу біженця, звичайною практикою держав є надання статусу біженців усім його утриманцям. На практиці утриманцями вважають тих осіб, котрі живуть в одному будинку із родичами [23]. Ця вимога не зазначена в жодній статті міжнародних документів, що стосуються біженців, однак держави йдуть на це з метою збереження єдності родини [23]. Коли дитина перебуває на піклуванні одного чи обох батьків, застосування принципу єдності родини не викликає сумнівів, і в більшості випадків дитина набуває того ж статусу, що і батьки. Якщо дитиною опікуються не батьки, а інші родичі, держава може не вважати їх родиною. У цьому разі може виникнути необхідність, щоб кожний з них, зокрема й сама дитина, подали клопотання від власного імені. Родичі можуть набути статусу біженців через наявність у них цілком обґрунтованих побоювань, водночас як клопотання дитини можуть відхилити. У такому разі дитина може виявитися «неповнолітнім, якого не супроводжують».

Хоча в багатьох країнах існує певний порядок надання статусу біженця, звичайно, в ньому не враховане особливе становище дітей, котрих не супроводжують [22].

Клопотання про збереження єдності родини може також бути подано дитиною, яка перебуває під доглядом особи, що не є її родичем, у тому разі, якщо їх стосунки можна вважати сімейними. У деяких випадках у клопотанні ці відносини характеризуються як усиновлення на неофіційній чи традиційній основі або де-факто.

Оскільки діти не є самостійними суб'єктами права, їх інтереси мають представляти дорослі. Інколи це завдання доручається особам, ретельно відібраним із біженців. З огляду на особливу уразливість дітей, довгострокові вирішення проблем з урахуванням їх найкращих інтересів можуть бути знайдені після визначення статусу конкретної

дитини. У будь-якому разі УВКБ ООН прагне знайти рішення, яке найкраще відповідає інтересам дитини.

Відповідно до статті 24 Міжнародного пакту про цивільні й політичні права [8] і статті 7 Конвенції про права дитини [5], кожна дитина реєструється відразу після народження і з моменту народження має право на набуття громадянства. Реєстрація народження надзвичайно необхідна для точного встановлення місця і дати народження, оскільки з цього моменту набувають чинності певні права, зокрема залежні від громадянства й особистого статусу. Ці основні права людини можуть порушуватися стосовно біженців, якщо не приділяється особлива увага забезпеченню дитини необхідними документами.

Кожна дитина-біженець повинна розглядатися як така, що одержала на законній підставі громадянство країни перебування чи має на це право, також через натуралізацію. УВКБ ООН сприяє прийняттю всіх можливих заходів з метою недопущення ситуацій, коли немає громадянства, й одночасно допомагає особам без громадянства, зокрема дітям, у здійсненні їх прав.

Дитина без громадянства позбавлена гарантованого захисту будь-якої держави. Її основні права, юридичний статус і безпека в країні проживання чи виїзд за її межі залежать від державних органів цієї країни. Іноді відсутність громадянства — це результат навмисної державної політики ненадання громадянства дітям, народженим у родинях біженців. Це може бути наслідком колізії законодавчих актів з питань громадянства різних держав. У деяких країнах громадянство надається дітям, народженим на їх території (принцип *jus solis*), в інших — винятково дітям, народженим від громадян цієї країни (принцип *jus sanguinis*). Таким чином, дитина, народжена в родині біженців у країні, що дотримує принципу *jus sanguinis*, у разі, коли це стосується вихідців із країн, де застосовується принцип *jus solis*, може не одержати громадянства ні тієї, ні іншої країни.

Відповідно до статті 1(А) (2) Конвенції про статус біженців 1951 р. і пункту 6(А) (ii) свого Статуту, УВКБ ООН офіційно наділено повноваженнями повною мірою представляти інтереси осіб без громадянства та біженців. У державах, що приєдналися до Конвенції 1951 р. і Конвенції ОАЕ 1969 р. про деякі аспекти проблем біженців в Африці [ст. I (1)], особам без громадянства також повинні забезпечуватися права, зафіксовані в цих міжнародних актах. Крім того, відповідно до рішення Генеральної Асамблеї ООН, статті 11 Конвенції про скорочення відсутності громадянства 1961 р. на УВКБ ООН покладена особлива відповідальність як на орган, куди звертаються по

допомогу особи без громадянства в справах, пов'язаних зі скороченням відсутності громадянства.

Частиною загальної стратегії повинні стати ініціативи, спрямовані на скорочення відсутності громадянства й пом'якшення його наслідків. У межах цієї діяльності доцільно пропагувати приєднання до конвенцій з питань відсутності громадянства — Конвенції про апатридів 1954 р. [2] і Конвенції про скорочення відсутності громадянства 1961 р. [15].

УВКБ ООН використовує норми Конвенції про права дитини в усіх аспектах своєї діяльності, говорить мовою прав дитини і підкреслює значення «трикутника прав» — дотримує принципу забезпечення «найкращих інтересів», захисту від дискримінації і права на участь.

Конвенція про права дитини, «Політика УВКБ ООН стосовно дітей-біженців», Рекомендації УВКБ ООН стосовно дітей-біженців — не тільки правові документи. Це моральна позиція і практичні посібники в шляхетній справі забезпечення благополуччя дітей-біженців.

Проблема дітей-біженців, «біженців і гуманітарних проблем — транснаціональні за своєю суттю не тільки тому, що пов'язані з переміщенням людей через державні кордони, але й тому, що, маючи горде ім'я людини, ми відповідальні за безпеку людей в усьому світі. Сподіваємося, що настане день, коли люди в будь-якій частині планети зможуть жити в безпеці у своїй країні та у своїй громаді» [10].

Висновки. Таким чином, аналіз демографічних проблем міграції населення свідчить, що трансформація міграційних потоків біженців у світовому співтоваристві за останні, особливо повоєнні, десятиріччя значно посилилася, про що зокрема свідчать масові потоки біженців з Близького Сходу до Європи, події в Сирії та Україні тощо. Найнезахищенішими в цій ситуації опинилися діти-біженці. Серед чинників, які фундують міграцію біженців, окрім традиційних — війни, голод, епідемії — дедалі частіше згадуються стихійні лиха наслідки непродуманого, шкідливого використання можливостей природи, які, зазвичай, призводять до катастрофічних наслідків. Загалом слід зауважити, що надзвичайно активно на демографічні процеси трансформацій міграційних потоків біженців впливають глобалізаційно-цивілізаційні виклики. Світова спільнота за останні десятиріччя напружувала значний доробок боротьби з негативними демографічно-міграційними наслідками, особливо у сфері міграції біженців.

Список використаних джерел

1. Действующее международное право В 3 т. Т. 1 : [учеб. пособ. для студ. и аспирантов]: / Моск. гос. ин-т (ун-т) междунар. отношений МИД РФ; Моск. независимый ин-т междунар. Права ; сост. : Ю. М. Колосов,

- Э. С. Кривчикова. — М. : Изд-во независимого ин-та междунар. права, 1997. — С. 147–148.
2. Дело. Восток+Запад. — 1994. — № 8–9.
 3. Документ УВКБ ООН EC/SCP/82.
 4. Зайцева О. Беженцы и мировое сообщество: история и современность / О. Зайцева // Белорус. журн. междунар. права и междунар. отношений. — 1998. — № 2. — С. 26–32.
 5. Конвенция о правах ребенка : принята резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН 44/25 от 20 нояб. 1989 г. : вступила в силу 2 сент. 1990 г. // Права человека : сб. междунар. договоров. — Нью-Йорк ; Женева : ООН, 1994. — Т. 1, ч. 1 : Универсальные договоры. — С. 193–226.
 6. Конвенция о статусе беженцев 1951 г. : принята 28 июля 1951 г. Конференцией полномочных представителей по вопросу о статусе беженцев и апатридов, созданной в соответствии с резолюцией 429 (V) Генеральной Ассамблеи ООН от 14 дек. 1950 г. : вступила в силу 22 апр. 1954 г. // Права человека : сб. междунар. договоров. — Нью-Йорк ; Женева : ООН, 1994. — Т. 1, ч. 2 : Универсальные договоры. — С. 739–760.
 7. Кофи А. А. Партнерство во имя всемирного сообщества : годовой докл. о работе ООН / А. А. Кофи ; Департамент общественной информации ООН. — Нью-Йорк, 1998. — С. 57.
 8. Международный пакт о гражданских и политических правах: Принят резолюцией 2200 А (XXI) Генеральной Ассамблеи ООН 16 дек. 1966 г. : вступил в силу 23 марта 1976 г. // Права человека : сб. междунар. договоров. — Нью-Йорк ; Женева : ООН, 1994. — Т. 1, ч. 1: Универсальные договоры. — С. 22–47.
 9. Моргун Ю. Ф. Деятельность УВКБ ООН по международной защите прав детей-беженцев [Электронный ресурс] / Ю. Ф. Моргун. — Режим доступа: http://www.un.minsk.by/publications/journal/journal2_99/morgun.htm. — Загл. с экрана.
 10. Положение беженцев в мире 1997–1998. УВКБ ООН. С. VIII–IX.
 11. Протокол, касающийся статуса беженцев 1967 г. : одобрен Генеральной Ассамблеей ООН в резолюции 2198 (XXI) от 16 дек. 1966 г. : вступил в силу 4 окт. 1967 г. // Права человека : сб. междунар. договоров. — Нью-Йорк ; Женева : ООН, 1994. — Т. 1, ч. 2 : Универсальные договоры. — С. 760–765.
 12. Резолюция ГА ООН 1167 (XII) от 26 ноября 1957 г.
 13. Рекомендации УВКБ ООН в отношении детей-беженцев. УВКБ ООН, 1988.
 14. Устав УВКБ ООН : принят резолюцией 428 (V) Генеральной Ассамблеи от 14 дек. 1950 г. // Действующее междунар. право. — М., 1997. — Т. 1. — С. 278–283.
 15. Шахотько Л. Миграции населения РБ и их влияние на экономику / Л. Шахотько // Капитал-эксперт. — 1997. — № 3. — С. 71 ; Нац. экон. газ. — 1996. — № 42.

16. Шейко В. М. Вища освіта в країнах Заходу: соціальні та етичні аспекти / В. М. Шейко ; Харків. держ. акад. культури. — Харків : ХДАК, 1999. — 152 с.
17. Шейко В. М. Значення міжнародного співробітництва у підготовці бібліотечно-інформаційних фахівців / В. М. Шейко // Вісн. Кн. палати. — 1997. — № 4. — С. 28–29.
18. Шейко В. М. INTERNET у Харківському державному інституті культури: проблеми та перспективи / В. М. Шейко, Г. Г. Асеев // Вісн. Кн. палати. — 1997. — № 3. — С. 24–27.
19. Ashford L. S. New Perspectives on Population Lessons from Cairo / L. S. Ashford // Population Bulletin. — Washington (DC) : Population Reference Bureau, 1995. — Vol. 50, № 2.
20. Boulding E. The Underside of History. A View of Women Through Time / E. Boulding. — Revised ed. — Newbury Park (CA) : Sage Publications, 1992. — Vol. 1, Ch. 4 : From Gatherers to Planters; Vol. 2. Ch. 5 : The Journey from the Underside Women's Movements Enter Public Spaces.
21. Garrett L. The Coming Plague / L. Garrett. — New York : Farrar, Straus & Giroux, 1994.
22. Guidelines for Interviewing Unaccompanied Minors and Preparing Social Histories.
23. Handbook on Procedures and Criteria for Determining Refugee Status. — P. 181–186.
24. Hobhouse H. Seeds of Change Five Plants That Transformed Mankind / H. Hobhouse. — New York : Harper & Row, 1987.
25. Ignatieff M. Blood and Belonging. Journeys into the New Nationalism / M. Ignatieff. — New York, 1993.
26. Lambert H. Comparative Law and Practice in Selected European Countries / H. Lambert. — Boston ; London, 1995. — 334 p.
27. McFalls J. J. Population. A Lively Introduction / J. J. McFalls // Population Bulletin. — Washington (DC) : Population Reference Bureau, 1995. — Vol. 46, № 2.
28. Myers N. Scarcity or Abundance. A Debate on the Environment / N. Myers, J. L. Simon. — New York (W.W.) : Norton, 1992.
29. Sheiko V. N. Internathional Seminar on Problems of Transformation of Higher Education in the Field of Library and Information Science / V. N. Sheiko, S. V. Chastnyk, G. G. Aseev // EUCLID Newsletter. — Copenhagen, 1995. — № 8 (July). — P. 7–9.
30. UNHCR's Guidelines on the Protection of Refugee Women. EC/SCP/67. — Geneva : UNHCR, 1991.
31. Wanng M. If Women Counted. A New Feminist Economics / M. Wanng. — San Francisco : Harper & Row, 1988.

References

1. Deystvuyushcheye mezhdunarodnoye pravo V 3 t. T. 1 [ucheb. posobiye dlya studentov i aspirantov]: / Mosk. gos. in-t (un-t) mezhdunar. otnosheniy

- MID RF; Mosk. nezavisimyy in-t mezhdunar. Prava ; sost. : Yu. M. Kolosov. E. S. Krivchikova. — M. : Izd-vo nezavisimogo in-ta mezhdunar. prava. 1997. — S. 147–148.
2. Delo. Vostok+Zapad. — 1994. — № 8–9.
 3. Dokument UVKB OON ES/SCP/82.
 4. Zaytseva O. Bezhtentsy i mirovoye soobshchestvo: istoriya i sovremennost / O. Zaytseva // Belarus. zhurn. mezhdunar. prava i mezhdunar. otnosheniy. — 1998. — № 2. — S. 26–32.
 5. Konventsiya o pravakh rebenka : prinyata rezolyutsiyey Generalnoy Assamblei OON 44/25 ot 20 noyab. 1989 g. : vstupila v silu 2 sent. 1990 g. // Prava cheloveka : sb. mezhdunar. dogovorov. — New York ; Geneva : OON. 1994. — T. 1. ch. 1 : Universalnyye dogovory. — S. 193–226.
 6. Konventsiya o statuse bezhtentsev 1951 g. : prinyata 28 iyulya 1951 g. Konferentsiyey polnomochnykh predstaviteley po voprosu o statuse bezhtentsev i apatridov. sozvannoy v sootvetstviy s rezolyutsiyey 429 (V) Generalnoy Assamblei OON ot 14 dek. 1950 g. : vstupila v silu 22 apr. 1954 g. // Prava cheloveka : sb. mezhdunar. dogovorov. — New York ; Geneva : OON. 1994. — T. 1. ch. 2 : Universalnyye dogovory. — S. 739–760.
 7. Kofi A. A. Partnerstvo vo imya vseirnogo soobshchestva : godovoy dokl. o rabote OON / A. A. Kofi ; Departament obshchestvennoy informatsii OON. — New York. 1998. — S. 57.
 8. Mezhdunarodnyy pakt o grazhdanskikh i politicheskikh pravakh: Prinyat rezolyutsiyey 2200 A (KhKhI) Generalnoy Assamblei OON 16 dek. 1966 g. : vstupil v silu 23 marta 1976 g. // Prava cheloveka : sb. mezhdunar. dogovorov. — New York; Geneva : OON. 1994. — T. 1. ch. 1: Universalnyye dogovory. — S. 22–47.
 9. Morgun Yu. F. Deyatelnost UVKB OON po mezhdunarodnoy zashchite prav detey-bezhtentsev [Elektronnyy resurs] / Yu. F. Morgun. — Rezhim dostupa: http://www.un.minsk.by/publications/journal/journal2_99/morgun.htm. Zagl. s ekrana.
 10. Polozheniye bezhtentsev v mire 1997–1998. UVKB OON. S. VIII–IX.
 11. Protokol. kasayushchiysya statusa bezhtentsev 1967 g. : odobren Generalnoy Assambleyey OON v rezolyutsii 2198 (XXI) ot 16 dek. 1966 g. : vstupil v silu 4 okt. 1967 g. // Prava cheloveka : sb. mezhdunar. dogovorov. — Nyu-York ; Geneva : OON. 1994. - T. 1. ch. 2 : Universalnyye dogovory. — S. 760–765.
 12. Rezolyutsiya GA OON 1167 (XII) ot 26 noyabrya 1957 g.
 13. Rekomendatsii UVKB OON v otnoshenii detey-bezhtentsev. UVKB OON. 1988.
 14. Ustav UVKB OON : prinyat rezolyutsiyey 428 (V) Generalnoy Assamblei ot 14 dek. 1950 g. // Deystvuyushcheye mezhdunar. pravo. — M.. 1997. — T. 1. — S. 278–283.
 15. Shakhotko L. Migratsii naseleniya RB i ikh vliyanie na ekonomiku / L. Shakhotko // Kapital-ekspert. — 1997. — № 3. — S. 71 ; Nats. ekon. Gaz. — 1996. — № 42.

16. Sheiko V. M. Vyshcha osvita v krainakh Zakhodu: sotsialni ta etychni aspekty / V. M. Sheiko ; Kharkiv. derzh. akad. kul'tury. — Kharkiv : KhDAK, 1999. — 152 s.
17. Sheiko V. M. Znachennia mizhnarodnoho spivrobotnytstva u pidhotovtsi bibliotечно-informatsiinykh fakhivtsiv / V. M. Sheiko // Visn. Kn. palaty. — 1997. — № 4. — S. 28–29.
18. Sheiko V. M. INTERNET u Kharkivskomu derzhavnomu instytuti kul'tury: problemy ta perspektyvy / V. M. Sheiko, H. H. Asieiev // Visn. Kn. palaty. — 1997. — № 3. — S. 24–27.
19. Ashford L. S. New Perspectives on Population Lessons from Cairo / L. S. Ashford // Population Bulletin. — Washington (DC) : Population Reference Bureau, 1995. — Vol. 50, № 2.
20. Boulding E. The Underside of History. A View of Women Through Time / E. Boulding. — Revised ed. — Newbury Park (CA) : Sage Publications, 1992. — Vol. 1, Ch. 4 : From Gatherers to Planters; Vol. 2. Ch. 5 : The Journey from the Underside Women's Movements Enter Public Spaces.
21. Garrett L. The Coming Plague / L. Garrett. — New York : Farrar, Straus & Giroux, 1994.
22. Guidelines for Interviewing Unaccompanied Minors and Preparing Social Histories.
23. Handbook on Procedures and Criteria for Determining Refugee Status. — P. 181–186.
24. Hobhouse H. Seeds of Change Five Plants That Transformed Mankind / H. Hobhouse. — New York : Harper & Row, 1987.
25. Ignatieff M. Blood and Belonging. Journeys into the New Nationalism / M. Ignatieff. — New York, 1993.
26. Lambert H. Comparative Law and Practice in Selected European Countries / H. Lambert. — Boston ; London, 1995. — 334 p.
27. McFalls J. J. Population. A Lively Introduction / J. J. McFalls // Population Bulletin. — Washington (DC) : Population Reference Bureau, 1995. — Vol. 46, № 2.
28. Myers N. Scarcity or Abundance. A Debate on the Environment / N. Myers, J. L. Simon. — New York (W.W.) : Norton, 1992.
29. Sheiko V. N. International Seminar on Problems of Transformation of Higher Education in the Field of Library and Information Science / V. N. Sheiko, S. V. Chastnyk, G. G. Aseev // EUCLID Newsletter. — Copenhagen, 1995. — № 8 (July). — P. 7–9.
30. UNHCR's Guidelines on the Protection of Refugee Women. EC/SCP/67. — Geneva : UNHCR, 1991.
31. Wang M. If Women Counted. A New Feminist Economics / M. Wang. — San Francisco : Harper & Row, 1988.

■ UDC [314.151:342.76]-054.73(100)

Sheyko V. M., Doctor of Historical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

THE TRENDS OF DEMOGRAPHIC TRANSFORMATIONS OF REFUGEE MIGRATION FLOWS IN THE WORLD COMMUNITY

The aim of this study is to analyze the processes of demographic transformations of refugee migration flows in the world community.

Methods of research. Components of culturological methods, as well as some methods and principles of synergetics and comparative studies were used as the main principles and methods of exploring the issues of demographic transformations of refugee migration flows in the world community. Such methods enabled the author to conduct a detailed analysis of the trends in the processes of demographic transformations of refugee migration flows in the world community.

Results. It was found that the transformation of refugee migration flows in the world community has considerably increased over the last decades, particularly in connection with Russia's aggression against Ukraine and the situation in Syria. Demographic processes of refugee migration flows are strongly influenced by globalized civilization challenges. However, over the last decades the world community has attained considerable success in combating the negative demographic and migration effects, especially in refugee migration.

Novelty. An attempt is made to analyze the dynamics of demographic transformations of refugee migration flows in the world community as well as to show their role in modern globalized civilization world.

The practical significance. The material and results of this study can be used in further relevant research as well as in analyzing the present-day situation in Ukraine, Syria, and Europe.

Key words: culture, demography, migration, refugees, global management, international community, international relations, convention, international law, human rights, children's rights.

Надійшла до редколегії 05.02.2016 р.

■ УДК 159.923.5

О. М. Харцій, доцент, кандидат психологічних наук, Харківська державна академія культури, м. Харків

С. В. Лубенець, доцент, кандидат технічних наук, Харківська державна академія культури, м. Харків

СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРА

Визначено методи оптимізації підготовки менеджерів до управлінської діяльності, основні підходи в дослідженні креативного компонента особистості; виявлено фактори креативного потенціалу і його структурні елементи. З'ясовано, що взаємозв'язок усіх компонентів творчого процесу за оптимальних умов організації та управління закономірно забезпечує продуктивний результат навчання й самовиховання, що сприяє реалізації творчого потенціалу та самоактуалізації творчої індивідуальності особистості. Експериментально доведений вплив креативного потенціалу на ефективність управлінської діяльності.

Ключові слова: креативність, креативний компонент, креативний потенціал, ефективність управлінської діяльності.

Е. Н. Харций, доцент, кандидат психологических наук, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

С. В. Лубенец, доцент, кандидат технических наук, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРА

Определены пути оптимизации подготовки студентов-менеджеров к управленческой деятельности, основные подходы в исследовании креативного компонента личности; выявлены факторы креативного потенциала и его структурные элементы. Выяснено, что взаимосвязь всех компонентов творческого процесса при оптимальных условиях организации и управления закономерно обеспечивает продуктивный результат учебы и самовоспитания, что способствует реализации творческого потенциала и актуализации творческой индивидуальности личности. Экспериментально доказано влияние креативного потенциала на эффективность управленческой деятельности.

Ключевые слова: креативность, креативный компонент, креативный потенциал, эффективность управленческой деятельности.

O. M. Khartsii, Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

S. V. Lubenets, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

SOCIAL AND PEDAGOGICAL ASPECTS OF TRAINING MANAGERS

The ways of optimization of training the students for the managerial activities and the basic approaches to the study of the creative component of a personality are specified. The factors of the creative potential and its structural elements are revealed. It is found that the interrelation of all the components of the creative process on optimal conditions of organization and management provides a productive result of training and self-education, which contributes to feasibility and updating the creative personality of an individual. The influence of the creative potential on the effectiveness of management activities is experimentally proved.

Key words: creativity, creative component, creative potential, the effectiveness of management activities.

Постановка проблеми. Одним з головних питань у системі заходів реалізації економічної реформи є питання розвитку ділової активності молоді, формування якостей креативної особистості, підготовка молодих людей до ефективного, творчого управління. Вирішенню цієї проблеми присвячена стаття.

Актуальність статті. Тематика статті має особливу актуальність, оскільки необхідно формувати та розвивати особливі здібності в молоді, здатної до гнучкої адаптації в динамічно змінюваному світі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні соціально-економічні відносини в Україні потребують суттєвих змін у підготовці майбутніх менеджерів, запровадження таких форм навчання, які б сприяли особистісному та професійному саморозвиткові, самовдосконаленню, формуванню навичок творчого вирішення будь-яких управлінських завдань. На етапі перетворення суспільства виникає питання про необхідність створення певних умов для виховання творчої особистості. Тому творчий підхід в освітньому процесі є надзвичайно важливим.

Особливе значення надається вивченню психологічного забезпечення управлінської діяльності та ролі і якостей менеджера, котрий цю діяльність організовує. Загальні аспекти проблеми ролі особистості керівника досліджували такі вчені: О. В. Морозов, Г. Н. Щокін, В. М. Шепель, Дж. Ягер та ін. Немало досліджень присвячено вивченню управлінських якостей (Л. М. Карамушка, Р. Л. Кричевський, Л. Д. Кудряшова, В. І. Лебедев, Л. Е. Орбан-Лембрик, Л. І. Уманський, Ю. М. Швалб, В. В. Шпалінський та ін.). Складові креативного потенціалу висвітлювали Д. Б. Богоявленська, Е. де Боно, Н. В. Кузьміна, О. М. Матюшкін, В. О. Моляко, В. Д. Шадриков та ін.

Мета статті — виявити методи підготовки молоді до ефективного творчого управління, сформувати й розвинути творчі здібності особистості студентів.

Для досягнення мети необхідно виконати такі завдання:

- виявити якості, спрямовані на ефективну діяльність;
- розробити методи формування креативного підходу до діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. На основі здійснених досліджень особистісних якостей і творчих задатків студентів-менеджерів постала необхідність створення образу ефективного сучасного керівника, визначення його якостей і здібностей.

Одна з важливих проблем теорії і практики вищої школи — формування самостійного, творчого (евристичного) мислення в студентів.

Особливе значення ця проблема має для вnz, які здійснюють підготовку фахівців, котрі безпосередньо працюють з людьми. У цій сфері необхідним є не тільки творче використання знань і вмінь, але й творчий підхід до спілкування, ефективного управління.

Перший і необхідний ступінь творчого мислення — це самостійне мислення, самостійний підхід людини до вирішення різноманітних розумових і практичних завдань. Виробити таку самостійність у школярів, студентів — одне з найважливіших завдань батьків, школи, вnz. Природним результатом розвитку самостійного мислення є мислення евристичне, творче.

Як зазначають дослідники, творче мислення характеризується не тільки і навіть не стільки обсягом здобутих знань, скільки структурою розумового процесу, складністю і результативністю розумових операцій.

Стимулювання здібностей студентів до евристичного опанування навчального матеріалу — одне з найважливіших навчально-виховних завдань вnz.

Творче мислення потребує творчого навчання і виховання. Найефективніший метод формування евристичного складу мислення в студентів — раціональне використання елементів проблемно-пошукового навчання в усіх формах навчальної роботи вnz: лекціях, семінарах, практичних заняттях, лабораторних практикумах, практиці за фахом, курсових і дипломних роботах, у діяльності студентських наукових гуртків тощо [2].

Креативність у менеджменті допомагає знаходити ефективні способи поведінки в нових ситуаціях, долати стереотипність мислення та поведінки у звичних ситуаціях, створювати в них нові, оригінальні рішення. Сучасний керівник організації повинен виявляти якості креативної людини: оригінальність мислення, точність, швидкість, багату уяву, впевненість у собі.

Прогрес науки і техніки актуалізує нові вимоги до сучасної людини. Під впливом соціальних умов, що змінюються, середня і вища школи змушені переглядати свої цільові настанови. Сучасне суспільство вже не задовольняє фахівця, котрий здобув достатньо знань, але вміє працювати тільки за зразком. Однією з головних цінностей людини стає творча активність особистості.

Орієнтація на це найважливіше завдання вищої школи потребує перегляду методів навчання і позиції студента в навчальному процесі.

Пояснювальне навчання, широко застосовуване нині у вищій школі, має багато незаперечних переваг. Однак у контексті нових вимог життя пояснювальне навчання має й істотні недоліки, один з яких полягає в тому, що воно не сприяє розвитку творчого мислення учнів.

Як зазначалося, центральне завдання середньої і вищої шкіл у сучасних умовах — це підготовка творчо активної особистості. Але пояснювальне навчання використовує методи, що потребують від учнів винятково відтворюючого мислення.

З психологічної точки зору, мислення людини можна поділити на два види: репродуктивне (відтворююче) і продуктивне (творче). При репродуктивному мисленні людина здобуває готові знання — уся психічна робота спрямована на те, щоб повторити, відтворити знання.

Творче мислення не отримує знання в готовій формі — людина самостійно здобуває знання і застосовує їх для вирішення практичних і пізнавальних завдань.

Не слід протиставляти відтворююче мислення творчому — вони тісно пов'язані. Навчання може стимулювати визначений вид мислення. Якщо у вчн переважає тільки пояснювальне навчання, то, безсумнівно, він випускатиме фахівців споглядального типу, котрі вміють відтворювати наукові істини, але неефективні в ситуаціях, що потребують креативного мислення, не вміють самостійно здобувати знання і творчо ставитися до обраної справи. Такі фахівці потребують рецептів для вирішення будь-якої ситуації; вони прагнуть отримати вказівки, підказки і зовсім не здатні мислити самостійно.

Ефективна трудова діяльність, до якої готують студентів, ґрунтується на самостійному мисленні та творчому підході до будь-якої ситуації.

Споглядальний тип навчального процесу суперечить потребам сучасної професійної практики. Розвинути творче мислення студентів неможливо, якщо протягом навчання сприяти їх переважно відтворюючій чи виконавській діяльності і надавати знання в готовому вигляді.

Саме тому як у середній, так і у вищій школі дедалі важливіше місце посідає новий тип навчального процесу — проблемне навчання.

На відміну від пояснювального навчання, де головна увага приділяється інформаційному повідомленню знань, у проблемному навчанні акцентується на організації самостійного здобуття знань учнями. Студент повинен під керівництвом викладача сам їх відкрити. Проблемне навчання розвиває в студента пізнавальну самостійність і творчий підхід до справи, ставить його в нову позицію: майбутній фахівець у навчальному процесі — першовідкривач істини. Проблемне навчання навчає студента мислити [5].

На основі аналізу ролі творчої особистості в управлінській діяльності ми виявили взаємозв'язок між креативним потенціалом менеджера й ефективністю діяльності організації.

Особливу увагу приділено розкриттю особистісних якостей креативного керівника, аналізу форм та методів ефективного впливу на підлеглих.

Здійснений аналіз феномену креативного потенціалу менеджера потребує повнішого розкриття його змісту на експериментальному матеріалі. За результатами теоретичного аналізу визначено вихідні позиції для створення методичної бази діагностування рівнів сформованості креативного потенціалу менеджерів та окреслено психологічні чинники, що сприяють розвитку креативного потенціалу.

Отже, можна підсумувати, що студенти із розвинутим творчим мисленням:

- відповідаючи на запитання (усно чи письмово), ґрунтуються не тільки на чужих, але й на власних умовиводах, наводять докази, доходять висновків;
- критично ставляться до чужих думок, наполягають на переконливому аргументуванні кожного висловленого положення;
- швидко орієнтуються у відповідях на запитання, яку сформульовані в нових варіантах, прагнуть оригінально відповісти;
- здатні до дослідницької роботи.

До загальних способів стимуляції творчої активності належать:

1) забезпечення сприятливої атмосфери; доброзичливість учителя, передусім відмова від висловлення оцінок і критики студента;

2) збагачення навколишнього середовища найрізноманітнішими новими для студентів предметами і стимулами з метою розвитку допитливості;

3) заохочення висловлювання оригінальних ідей;

4) забезпечення можливостей для вправ і практики;

5) використання особистого прикладу творчого підходу до вирішення проблем;

6) надання студентам можливості активно ставити запитання.

Поряд із розвиваючими вправами під час дослідження проведено ділові ігри і тренінгові вправи, спрямовані на досягнення таких цілей.

1. Формування єдиної мети в усіх членів колективу.
2. Створення команди.
3. Використання розумної мотивації.
4. Делегування повноважень з урахуванням здібностей і типів темпераменту.
5. Розміщення людей на спільні роботи на основі психологічної сумісності, зважаючи на інтереси.
6. Створення сприятливого морального клімату в колективі.
7. Підвищення значимості кожного члена колективу, надання можливості реалізації талантів.
8. Використання індивідуального підходу (орієнтація на конкретну людину).
9. Використання ефективних форм впливу, вдосконалення методів комунікабельності.
10. Формування організаційної культури й етики ділового спілкування.

Отже, можна дійти висновку про те, що розроблена нами розвивальна програма з формування креативного потенціалу в майбутніх менеджерів, яка використовувалася в експериментальній групі, сприяла підвищенню рівня психологічної підготовки майбутніх менеджерів з означеної проблеми.

Проведення таких вправ свідчить про значну ефективність тренінгового виду занять для формування необхідних майбутнім спеціалістам практичних комунікативних умінь, розвитку пізнавальних інтересів і творчого підходу до справи.

У подальшому планується розширити розвивальну програму й апробувати її в різних вищих навчальних закладах.

Висновки 1. Сформульовані соціально-педагогічні умови розвитку креативного ставлення молоді до діяльності необхідно застосовувати в освітньому процесі. 2. Запропоновані заходи формування творчої особистості надають можливості здійснювати психологічно грамотну підготовку майбутніх менеджерів. 3. У процесі роботи виявлено необхідність використання провідних освітніх технологій і методик підготовки майбутніх фахівців.

Список використаних джерел

1. Бандурка А. М. Психологія управління / А. М. Бандурка, С. П. Бочарова, Е. В. Землянская — Харьков — Симферополь : «Фортуна-пресс» — «Реноме», 2003. — 338 с.
2. Карамушка Л. М. Психологія освітнього менеджменту / Л. М. Карамушка. — Київ : Либідь, 2004. — 424 с.
3. Коломінський Н. Л. Психологія менеджменту в освіті (Соціально-психологічний аспект) / Н. Л. Коломінський. — Київ : МАУП, 2000. — 286 с.

4. Лукичева Л. И. Управление персоналом : учеб. пособ. / Л. И. Лукичева. — М. : Омега-Л, 2004. — 264 с.

References

1. Bandurka A. M. Psikhologiya upravleniya / A. M. Bandurka. S. P. Bocharova. E. V. Zemlyanskaya — Kharkov — Simferopol : «Fortuna-press» — «Re-nome». 2003. — 338 s.
2. Karamushka L. M. Psikhologhiia osvithnoho menedzhmentu / L. M. Karamushka. — Kyiv : Lybid, 2004. — 424 s.
3. Kolomynskiy N. L. Psikhologhiia menedzhmentu v osviti (Sotsialno-psykholohichnyi aspekt) / N. L. Kolomynskiy. — Kyiv : MAUP, 2000. — 286 s.
4. Lukicheva L. I. Upravleniye personalom : ucheb. posob. / L. I. Lukicheva. — M. : Omega-L. 2004. — 264 s.

■ UDC 159.923.5

O. M. Khartsii, Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

S. V. Lubenets, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

SOCIAL AND PEDAGOGICAL ASPECTS OF TRAINING MANAGERS

The aim. The article is concerned with searching the ways of training future managers of an organization as well as the formation and development of the creative approach in management for the students in the process of their professional training.

Research methodology. The basic approaches to the study of the creative component of a personality are used.

Results. The ways of optimization of training the students for the managerial activities are specified. The factors of the creative potential and its structural elements are revealed. It is found that the interrelation of all the components of the creative process on optimal conditions of organization and management provides a productive result of training and self-education. It contributes to feasibility and updating the creative personality of an individual. The influence of the creative potential on the effectiveness of management activities is experimentally proved.

Novelty. Grounded knowledge in managerial activities helps the future managers acquire competency of psychological forms and facilities of forming the creative attitude towards administrative activities. The conformity in the law of influence of creative approach with the efficiency of administrative activities has been formulated.

The practical significance. Formulated social and pedagogical conditions of the development of creativity in relation to the young people should be used in educational practices.

Key words: creativity, creative component, creative potential, the effectiveness of management activities.

Надійшла до редколегії 15.02.2016 р.

■ УДК 007:659.3:323.266

І. Є. Кузуб, аспірант, Харківська державна академія культури, м Харків

КОМУНІКАТИВНА СУТНІСТЬ І ЗАГРОЗИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН

Розглянуто специфіку інформаційної війни як комунікаційної форми реалізації загроз безпеки держави, суспільства, особистості. Наведено огляд публікацій, у яких досліджено проблематику інформаційних війн. Визначено основні соціокомунікативні ознаки інформаційної війни, а також напрями подальших досліджень діяльності бібліотеки в системі соціокомунікативних інституцій протидії інформаційним війнам.

Ключові слова: інформаційна війна, інформаційний вплив, протидія.

И. Е. Кузуб, аспирант, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

КОММУНИКАТИВНАЯ СУЩНОСТЬ И УГРОЗЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН

Рассмотрена специфика информационной войны как коммуникационной формы реализации угроз безопасности государства, общества, личности. Приведен обзор публикаций, в которых исследована проблематика информационных войн. Определены основные социокоммуникативные признаки информационной войны, а также направления дальнейших исследований деятельности библиотеки в системе социокоммуникативных институтов противодействия информационным войнам.

Ключевые слова: информационная война, информационное воздействие, противодействие.

I. Ye. Kuzub, postgraduate, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

COMMUNICATION ESSENCE AND THE THREAT OF THE INFORMATION WARS

The article deals with the specific features of the information war as a communication form of the implementation of the security threats of the state, society, the individual. The study investigates this issue by examining a number of publications that studied the issues of information wars. The main socio-communication features of the information war as well as the areas for further research work of the library activities in the system of socio-communication institutions counteracting information wars have been revealed.

Key words: information war, information impact, counteraction.

Постановка проблеми. У ХХІ ст. кардинально змінюються і ще більше ускладнюються соціальні процеси і водночас — соціальні

взаємодії людей. Одна з глибинних ознак сучасного суспільства — його інформаційний базис природа. Верховенство інформації, інформаційних технологій і техніки, глобальна комп'ютеризація й інтернетизація є складовими суспільства, яке називається інформаційно-технократичним. Таке суспільство приховує безліч небезпек для людини. Одна з них є особливо актуальною та безпосередньо загрожує як окремій людині, так і державі загалом — інформаційна війна, яка ведеться на міждержавному рівні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Інформаційні війни нині — надзвичайно поширене соціальне явище в сучасному суспільстві ще повністю не проявилися всі можливості та наслідки інформаційної війни. Цей складний комунікативний феномен досліджували Д. Волгогонов, Г. Маклюен, Г. Почепцов, С. Расторгуєв, Д. Швець та ін. Серед бібліотекознавців найґрунтовніші праці проблемам подолання наслідків інформаційних війн присвятили співробітники Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського В. Горовий, Т. Гранчак, А. Онищенко, В. Попик та ін. Але місце та сучасні можливості публічних бібліотек у протидії причинам та наслідкам інформаційних війн досліджені ще недостатньо.

Мета статті — визначити сутність, різновиди та наслідки інформаційної війни як комунікативного феномену.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відомо, що масштабні інформаційні технології, які дістали назву інформаційних війн, мають давню історію. У Біблії згадано Гідеона, котрий під час війн регулярно залякував ворога. Прикладів інформаційного впливу на моральну, духовну стійкість супротивника можна знайти чимало і в стародавньому Римі, і в епоху феодалізму (боротьба з «ерессю», за «істинну віру» тощо), і в пізніші часи. Особливого значення інформаційні війни мали у ХХ ст., коли газети, радіо, а потім і телебачення стали засобами масової комунікації, а надана через них інформація — набула значного поширення.

Проблематика інформаційних війн в останні роки є об'єктом пильної уваги політологів, соціологів, конфліктологів, філософів, а також представників інших наукових дисциплін.

Дослідники виокремлюють три основні типи інформаційних воєн: це ментальні, або психологічні, кібервійни і поведінкові війни.

Ментальні (психологічні) війни мають на меті зміну масової, групової й індивідуальної свідомості або психіки людини з точки зору її ціннісних настанов. Ментальна складова завжди є невід'ємним атрибутом будь-якої традиційної летальної війни. Поширення інтернет-технологій лише збільшило масштаб та ефективність цього типу інформаційних війн.

Кібервійна — це цілеспрямовано деструктивний вплив інформаційних потоків у вигляді спеціальних програмних кодів на технічне обладнання та його окремі системи з метою перешкодити виконанню стратегічно важливих функцій державою. Цей інформаційний феномен належить технічним дисциплінам.

Можливість ведення поведінкових інформаційних війн виникла лише нещодавно у зв'язку з накопиченням значних масивів об'єктивної соціологічної інформації про людську поведінку, зокрема особливості поведінки різних соціальних груп. Суть поведінкової війни полягає в маніпулюванні алгоритмами поведінки, звичками, стереотипами діяльності тощо, сформованими в особистість соціумом, життєвим досвідом і культурним середовищем. Поведінкова або біхевіористська війна — це нелетальний тип війни, її мета — зміна поведінки, якої можна досягти безліччю інших способів, а не лише за допомогою зброї. Вона буде не просто непомітною, а навіть прийнятною для об'єкта впливу.

Як предмет дослідження інформаційна війна має декілька аспектів, а саме: управлінський, економічний, організаційно-технічний, психологічний, правовий, соціокультурний та ін. Однак нині найактуальнішим для вивчення феномену інформаційної війни є соціокомунікативний аспект.

Серед досліджень, де вперше систематизовано й описано вплив засобів масової інформації на громадську думку, що стало передумовою подальшого з'ясування та вивчення проблематики інформаційних війн, слід виокремити передусім праці соціологів Г. Лассвела і П. Лазарсфельда.

Означені автори застосовують різні теоретичні підходи щодо соціально-комунікативних аспектів інформаційної війни. Так, Г. Лассвел обґрунтував «теорію залежності», згідно з якою людина абсолютно беззахисна перед інформаційним впливом, ЗМІ маніпулюють нею на свій розсуд, і вона не може їм протидіяти. Теорія залежності помітно вплинула на подальший розвиток соціально-психологічних теорій інформаційної війни. П. Лазарсфельд розробив модель дворівневої комунікації, суть якої полягає в тому, що в будь-якому суспільстві існують сприйнятливі до інформаційного впливу «лідери думки», котрі поширюють інформацію по каналах міжособистісного спілкування.

Незважаючи на різні підходи щодо аспектів інформаційної війни, констатуємо, що всі вони основані на одному — інформаційне середовище здатне значно впливати як на індивідуальну, так і на масову свідомість, і групи людей, які в цьому зацікавлені, звичайно, цим активно користуються.

Серед сучасних науковців поширюється застосування евристичного потенціалу соціокомунікативного інструментарію щодо вивчення сутності та можливостей інформаційних воєн. Їхні методологічні принципи дослідження характеризуються тим, що в предметному полі домінує не свідомість людей, а інформація, яка набуває домінуючого впливу в новій реальності і формує когнітивні орієнтації індивідів.

М. Павлютенкова і Д. Швець вважають, що інформаційна війна являє собою комунікативну технологію, яка має на меті досягнення інформаційної переваги в інтересах національної стратегії.

Аналогічних висновків дійшли М. Родіонов і В. Пірумов, котрі вбачають в інформаційній війні форму боротьби сторін з використанням спеціальних засобів і методів впливу на «чужі» інформаційні ресурси в процесі захисту власного інформаційного капіталу. Її змістом є розвідувальні та політико-психологічні дії стосовно супротивника.

Найсуттєвішим є внесок у дослідження комунікативної сутності інформаційних воєн відомого науковця-комуніколога Г. Почепцова, котрий приділяє значну увагу соціокомунікативному аспекту проблеми, осмислюючи інформаційну війну з точки зору технологій «public relations» і визначає її як несанкціоновану роботу в чужому інформаційному просторі. При цьому докладно розглядаються різні аспекти ефективного інформаційного впливу і способи впливу на поведінку соціальних груп. Суб'єктом інформаційних воєн, на думку Г. Почепцова, є спільноти людей — нації, держави, колективи компаній, об'єктом впливу — масова свідомість.

У праці відомого історика та політолога Д. Волкогонова розкрита сутність спорідненого комунікативного явища — феномену «психологічної війни». Дослідник розглядає свідомість як арену боротьби особистості, при цьому акцентовано на механізмах і методах ведення психологічної війни. Тобто феномен «психологічної війни» трактується як специфічний спосіб та засіб для зміни суспільної свідомості своїх супротивників, відповідно до своїх ідеологічних настанов.

Нині актуальними є концепції та підходи до розуміння суті комунікативних процесів, що відбуваються під час інформаційного протиборства. У цьому контексті слід відзначити праці І. Михальченко, Я. Мальцевої, І. Панаріна, Г. Почепцова, С. Расторгуєва, в яких розкриваються аспекти інформаційної війни як найвищого ступеню інформаційного протиборства, спрямованого на вирішення суспільно-політичних, ідеологічних, а також національних, територіальних та інших конфліктів між державами, народами, націями, класами й соціальними групами завдяки широкомасштабній реалізації засобів і методів інформаційного насильства. Важливими з точки зору філософського

осмислення сутності інформаційної війни як одного з видів «нової зброї» є концепції П. Вирильо й А. Зінов'єва.

У дослідженнях соціально-комунікативного аспекту інформаційної війни виявлено феномени та закономірності, які можуть використуватися під час ведення сучасних інформаційних воєн.

Німецька дослідниця громадської думки Елізабет Ноель-Нойманн виявила так звану «спіраль мовчання». Люди, котрі відчувають себе в меншості, не висловлюють своєї думки, таким чином мовчки долучаючись до більшості. Якщо за допомогою інформаційних впливів зробити більшість меншістю, вона «замовкає».

І, нарешті, згідно з твердженнями науковців, важливу роль у сучасних інформаційних війнах відіграє комунікативний резонанс — явище масової свідомості, коли ефект від інформаційного впливу значно перевищує витрачені спочатку зусилля. Комунікативний резонанс виникає, коли зміст інформаційного впливу відповідає очікуванням мас.

Отже, основними соціокомунікативними ознаками інформаційної війни є такі:

- об'єктом інформаційної війни є свідомість, як масова, так і індивідуальна;
- інформаційний вплив ґрунтується на перекручуванні фактів або нав'язуванні емоційного сприйняття завдяки спотворенню інформації, вигідної супротивникові;
- засобами ведення інформаційної війни є будь-які засоби комунікації.

Так, суттєву роль у збільшенні масштабів інформаційних війн відіграють засоби масової комунікації, які мають достатньо широкий арсенал способів впливу на підсвідомість з метою впровадження відповідних настанов, формування моделей поведінки. До засобів масової комунікації, крім ЗМІ (засобів масової інформації), належать також кіно, театр, інтернет-ресурси та канали тощо, тобто все, за допомогою чого можна впливати на масову аудиторію. Саме через застосовувані ними технології ЗМІ здійснюють ідеологічне, політичне і моральне втручання в психіку мас, яке можна охарактеризувати як духовну експансію в масову свідомість.

Роль впливу інформаційно-комунікативних технологій відзначав видатний фахівець у галузі теорії соціальних комунікацій — канадський філософ і культуролог М. Маклюен. Сутність його концепції полягає в тому, що засоби комунікації впливають на людину й суспільство, формують особистість, зумовлюючи ті чи інші моделі поведінки, що спричиняє зміну парадигм сприйняття і розуміння людиною навколишнього світу. При цьому важливу роль відіграє швидкість поширення інформації. Подібні засоби, що використовуються

в системі масової комунікації, є руйнівною силою для свідомості, адже формують стереотипи поведінки мас у тих чи інших життєвих ситуаціях.

Проблематиці ефективності інформаційних впливів на свідомість присвячені праці таких провідних вітчизняних учених, як О. Білорус, Л. Винарик, В. Горовий, С. Кандауров. Результати їх досліджень свідчать, що влада інформаційно-комунікаційних потоків загалом символічна, але переконлива в тому сенсі, що вона певною мірою здатна керувати розумом читача та глядача, хоча безпосередньо не контролює їхніх дій.

Отже, комунікативна сутність інформаційних війн виявляється в негативному впливові на масову свідомість членів суспільства з метою нав'язування їм певного світогляду, що не відповідає демократичним цінностям, толерантності та гармонізації соціального діалогу. Потужність цього впливу залежить від потенційної стійкості до руйнування наявних у свідомості людей інформаційно-психологічних настанов, ментальних переконань, сформованих у вітчизняному соціально-культурному середовищі й підтримуваних ним.

Необхідно розуміти небезпеку деструктивного інформаційного впливу, припинити недооцінювати можливості комунікаційних впливів ворожих ЗМІ. Зважаючи на складність цих процесів, першочерговою складовою протидії інформаційній агресії є організація систематичних, оснований на ґрунтовних наукових напрацюваннях роз'яснювальних заходів та роботи з усіх розбіжних питань із застосуванням широкого арсеналу різноманітних засобів соціальної комунікації.

У цьому контексті слід активізувати діяльність вітчизняних бібліотечних установ, які є важливими складовими системи соціальних комунікацій. Бібліотека, як один з найдавніших та стабільно функціонуючих соціальних інститутів, має забезпечити передання майбутнім поколінням певної системи цінностей, зокрема збереження і зміцнення національної незалежності й суверенітету.

Але в нинішній період суспільного розвитку у зв'язку з упродовженням новітніх інформаційних та інтернет-технологій суттєво менше уваги державні органи захисту національної безпеки приділяють бібліотекам як потужному й ефективному каналу соціальної комунікації. Окрім того, сучасні реалії свідчать, що бібліотеки виявилися не готовими до ефективної системної протидії численним зовнішнім та внутрішнім інформаційним загрозам, не використовують для цього наявного в них комунікаційного інструментарію.

Висновки. Тому в умовах, коли інформація стає стратегічним ресурсом і головним інструментом впливу на суспільну свідомість,

набуває актуальності різноаспектне вивчення й ефективне використання ресурсного потенціалу сучасної бібліотеки як базового й загальнодоступного соціокомунікаційного інституту в системі протидії загрозам і наслідкам інформаційних війн.

Незважаючи на численні публікації фахівців різних галузей знань, котрі досліджують причини та наслідки ведення інформаційних війн, проблема формування надійної системи соціокомунікаційних засобів протидії інформаційній агресії не вирішена.

Саме тому важливо залучити до цієї системи ресурсний потенціал бібліотек як базових соціокомунікаційних інституцій суспільства, що вможливить суттєво знизити ймовірність інформаційних війн, нівелювати їх вплив на свідомість членів суспільства, підвищити результативність протидії загрозам та наслідкам ведення інформаційних війн.

Перспективами подальших досліджень означеної проблеми є:

- виявлення найефективніших способів захисту бібліотеками комунікаційного простору суспільства від інформаційної агресії;
- визначення можливостей бібліотеки як комунікаційної установи щодо нівелювання агресивного впливу інформаційних війн на суспільну свідомість;
- розроблення системи превентивних та реабілітуючих бібліотечно-інформаційних засобів і методів протидії загрозам та наслідкам інформаційних війн.

Список використаних джерел

1. Вирильо П. Машина зрения / П. Вирильо ; пер. с фр. А. В. Шестакова ; под ред. В. Ю. Быстрова. — СПб. : Наука, 2004. — 140 с.
2. Волкогонов Д. А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания / Д. А. Волкогонов. — 2-е изд., доп. — М. : Воениздат, 1984. — 320 с.
3. Глобальные трансформации и стратегии развития : монография / О. Г. Белорус, Д. Г. Лукьяненко, О. М. Гончаренко и др. — Киев : Ориане, 2000. — 424 с.
4. Горовий В. Національні інформаційні ресурси в контексті посилення глобальних інформаційних впливів / В. Горовий // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. — Київ, 2013. — Вип. 36. — С. 7–21.
5. Гранчак Т. Бібліотека в інформаційному супроводі управління суспільними процесами: політико-комунікаційний аспект : монографія [Електронний ресурс] / Т. Гранчак ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. — Київ, 2014. — 184 с. — Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/images/nauk-mon/k2014.pdf>. — Назва з екрана.
6. Зиновьев А. А. Русская трагедия / А. А. Зиновьев. — М. : Эксмо, 2007. — 90 с.

7. Ларина Е. С. Поведенческие конфликты — оружие завтрашнего дня [Электронный ресурс] / Е. С. Ларина, В. С. Овчинский. — Режим доступа: http://www.ng.ru/ng_politics/2014-11-18/15_conflict.html. — Загл. с экрана.
8. Лассуэлл Г. Д. Коммуникативный процесс и его структуры / Г. Д. Лассуэлл // Современные проблемы социальной коммуникации. — СПб., 1996. — С. 124–146.
9. Лассуэлл Г. Д. Психопатология и политика / Г. Д. Лассуэлл. — М. : РАГС, 2005. — 352 с.
10. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Николаева ; заключ. ст. М. Вавилова. — М. : КАНОН-пресс-Ц ; Жуковский : Кучково поле, 2003. — 464 с.
11. Мальцева Я. В. Цивилизационные перемены в России: информационный аспект (последняя четверть XX — нач. XXI вв.) : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Мальцева Яна Вячеславовна ; Дальневост. гос. ун-т. — Владивосток, 2004. — 210 с.
12. Михальченко И. А. Информационные войны на рубеже XXI века / И. А. Михальченко // Безопасность информационных технологий. — 1998. — № 3. — С. 14–17.
13. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: пер. с нем. / общ. ред. и предисл. Мансурова Н. С. — М. : Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996.
14. Павлютенкова М. Ю. Информационная война: реальная угроза или современный миф? / М. Ю. Павлютенкова // Власть. — 2001. — № 12. — С. 19–23.
15. Панарин И. Н. Информационная война и третий Рим / И. Н. Панарин. — М. : НОУ ШО «Баярд», 2003. — 244 с.
16. Пирумов В. С. Некоторые аспекты информационной борьбы в военных конфликтах / В. С. Пирумов, М. А. Родионов // Военная мысль. — 1997. — № 5. — С. 44–47.
17. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. — М. : ИЦ Гарант, 2008. — 453 с.
18. Почепцов Г. От информационных войн к операциям влияния и би-хейвиористским войнам: новые тренды войны [Электронный ресурс] / Г. Почепцов // Media Sapiens. — Режим доступа: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/ot_informatsionnykh_voyn_k_operatsiyam_vliyaniya_i_bikheyvioristskim_voynam_novye_trendy_voynu/. — Назва з екрана.
19. Расторгуев С. Информационная война / С. Расторгуев. — М. : Радио и связь, 1999. — 134 с.
20. Социокультурные механизмы формирования ментального иммунитета против внешних манипуляций сознанием населения Украины : [монография] / [В. Горовой (рук. проекта), А. Онищенко, В. Попик и др.] ; НАН Украины, Нац. б-ка Украины им. В. И. Вернадского. — Киев, 2015. — 228 с.

21. Швец Д. А. Информационное управление как технология обеспечения информационной безопасности / Д. А. Швец // Массовая коммуникация и массовое сознание. — М., 2003. — С. 43–58.

References

1. Virilo P. Mashina zreniya / P. Virilo ; per. s fr. A. V. Shestakova ; pod red. V. Yu. Bystrova. - SPb. : Nauka, 2004. - 140 s.
2. Volkogonov D. A. Psihologicheskaya voyna: Podryivnyie deystviya imperializma v oblasti obschestvennogo soznaniya / D. A. Volkogonov. — 2-e izd., dop. - M. : Voenizdat, 1984. - 320 s.
3. Globalnye transformatsii i strategii razvitiya : monografiya / O. G. Belorus, D. G. Lukyanenko, O. M. Goncharenko i dr. - K. : Oriyane, 2000. - 424 s.
4. Horovyi V. Natsionalni informatsiini resursy v konteksti posylennia hlobalnykh informatsiinykh vplyviv / V. Horovyi // Nauk. pr. Nats. b-ky Ukrainy im. V. I. Vernadskoho / NAN Ukrainy, Nats. b-ka Ukrainy im. V. I. Vernadskoho, Asots. b-k Ukrainy. — Kyiv, 2013. — Vyp. 36. — S. 7–21.
5. Hranchak T. Biblioteka v informatsiinomu suprovodi upravlinnia suspilnyy protsesamy: polityko-komunikatsiinyi aspekt : monohrafiya [Elektronnyi resurs] / T. Hranchak ; NAN Ukrainy, Nats. b-ka Ukrainy im. V. I. Vernadskoho. — Kyiv, 2014. — 184 c. — Rezhym dostupu: <http://www.nbuvip.gov.ua/images/nauk-mon/k2014.pdf>. — Nazva z ekrana.
6. Zinovev A. A. Russkaya tragediya / A. A. Zinovev. — M. : Eksmo, 2007. — 90 s.
7. Larina E. S. Povedencheskie konflikty — oruzhiye zavtrashnego dnya / E. S. Larina, V. S. Ovchinskii [Elektronnyi resurs].— Rezhim dostupa : URL : http://www.ng.ru/ng_politics/2014-11-18/15_conflict.html
8. Lasswell, Harold D. Kommunikativnyi protsess i ego struktury / Harold D. Lasswell // Sovremennyye problemy sotsialnoy komunikatsii. — Spb., 1996. — S. 124–146.
9. Lasswell, Harold D. Psikhopatologiya i politika / Harold D. Lasswell. — M. : RAGS, 2005. — 352 s.
10. McLuhan Herbert Marshall. Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka / Herbert Marshall McLuhan ; per. s angl. V. Nikolaeva ; zaklyuch. st. M. Vavilova. — M. : KANON-pess-Ts ; Zhukovskiy : Kuchkovo pole, 2003. — 464 s.
11. Maltseva Ya. V. Tsivilizatsionnyye peremeny v Rossii: informatsionnyy aspekt (poslednyaya chetvert XX — nach. XXI vv.) : avtoref. dis. ... kand. polit. nauk : 23.00.02 / Maltseva Yana Vyacheslavovna ; Dalnevost. gos. un-t. — Vladivostok. 2004. — 210 s.
12. Mikhalchenko I. A. Informatsionnyye voyny na rubezhe XXI veka / I. A. Mikhalchenko // Bezopasnost informatsionnykh tekhnologiy. — 1998. — № 3. — S. 14–17.
13. Noelle-Neumann Elisabeth. Obschestvennoe mnenie. Otkrytie spirali molchaniya: per. s nem. / obsch. red. i predisl. Mansurova N. S. — M.: Progress-Akademiya, Ves Mir, 1996.

14. Pavlyutenkova M. Yu. Informatsionnaya voyna: realnaya ugroza ili sovremennyiy mif? / M. Yu. Pavlyutenkova // *Vlast*. — 2001. — # 12. — S. 19-23.
15. Panarin I. N. Informatsionnaya voyna i tretiy Rim / I. N. Panarin. - M. : NOU ShO «Bayard», 2003. - 244 s.
16. Pirumov V. S. Nekotoryye aspekty informatsionnoy borby v voyennykh konfliktakh / V. S. Pirumov. M. A. Rodionov // *Voyennaya mysl*. — 1997. — № 5. — S. 44-47.
17. Pocheptsov G. G. Informatsionnyye voyny / G. G. Pocheptsov. — M. : ITs Garant. 2008. — 453 s.
18. Pocheptsov G. Ot informatsionnykh voyn k operatsiyam vliyaniya i bikhevyoristskim voynam: novyye trendy voyny [Elektronnyy resurs] / G. Pocheptsov // *Media Sapiens*. — Rezhim dostupa: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/ot_informatsionnykh_voyn_k_operatsiyam_vliyaniya_i_bikhevyoristskim_voynam_novyye_trendy_voyny/. — Nazva z ekrana.
19. Rastorguyev S. Informatsionnaya voyna / S. Rastorguyev. — M. : Radio i svyaz. 1999. — 134 s.
20. Sotsiokulturnyye mekhanizmy formirovaniya mentalnogo immuniteta protiv vneshnikh manipulyatsiy soznaniyem naseleniya Ukrainy : [monografiya] / [V. Gorovoy (ruk. proyekta). A. Onishchenko. V. Popik i dr.] ; NAN Ukrainy. Nats. b-ka Ukrainy im. V. I. Vernadskogo. — Kiyev. 2015. — 228 s.
21. Shvets D. A. Informatsionnoye upravleniye kak tekhnologiya obespecheniya informatsionnoy bezopasnosti / D. A. Shvets // *Massovaya kommunikatsiya i massovoye soznanie*. — M., 2003. — S. 43-58.

■ UDC 007:659.3:323.266

Kuzub I. Ye., postgraduate, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv
Kuzub.2012@mail.ru

COMMUNICATION ESSENCE AND THE THREAT OF THE INFORMATION WARS

The aim of this paper is to determine the essence, kinds and consequences of information warfare as a communication phenomenon.

Research Methodology. The study investigates this issue by examining a number of publications that studied the issues of information wars. The theoretical analysis and synthesis of scientific literature, periodicals on issues of information warfare were conducted.

Results. The article deals with the specific features of the information war as a communication form of the implementation of the security threats of the state, society, the individual. It was found that the communication essence of information wars is manifested in the negative impact on the consciousness of society members in order to protrude opinion, which is not in congruence with the democratic values, tolerance and the

harmonization of the social dialogue. The depth of this influence depends upon the potential of steadiness to the destruction of existing information and psychological, mental beliefs, prevailing in people's minds. The author argues that the primary component of the counteraction to the information aggression is the systematic organization, based on the fundamental scientific developments of explanatory work with the use of various means of social communication. The main socio-communication features of the information war as well as the areas for further research work of the library activities in the system of socio-communication institutions counteracting information wars have been revealed.

Novelty. The author demonstrates the importance of engaging the potential resources of libraries in the system of the counteraction to the threats of information warfare. The author substantiates this view by providing evidence for the significant reduction and neutralization of the impact on the consciousness of the society members.

The practical significance. The material in this article can be of interest to the information industry analysts. The obtained results make it possible to determine the key areas of library activities in the system of socio-communication counteractions to information warfare.

Key words: information war, information impact, counteraction.

Надійшла до редколегії 11.02.2016 р.

■ УДК 17.023.36-026.46

З. М. Остропольська, кандидат філософських наук, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

КОНВЕРГЕНТНІ ТЕХНОЛОГІЇ: СОЦІОКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ

Розглянуто соціокультурні аспекти розробки й упровадження новітніх технологій. Акцентується як на досягненнях, так і на реальних ризиках, які спричиняють конвергентні технології в умовах сучасного цивілізаційного процесу, на пріоритетному значенні соціального контролю в контексті здійснення суспільством оцінюючих і контролюючих функцій. Зазначено, що нині актуалізуються проблеми подальшого існування людства і цивілізації, питання вироблення оптимальної стратегії соціокультурного розвитку.

Ключові слова: людина, суспільство, культура, цивілізація, соціальні технології, конвергентні технології, нанокультура.

З. М. Остропольская, кандидат философских наук, доцент, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

КОНВЕРГЕНТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ

Рассмотрены социокультурные аспекты разработки и внедрения новейших технологий. Акцентируется как на достижениях, так и на реальных рисках, которые вызываются конвергентными технологиями в условиях современного цивилизационного процесса, на приоритетном значении социального контроля в контексте осуществления обществом оценочных и контролирующих функций. Отмечено, что ныне актуализируются проблемы дальнейшего существования человечества и цивилизации, вопросы разработки оптимальной стратегии социокультурного развития.

Ключевые слова: человек, общество, культура, цивилизация, социальные технологии, конвергентные технологии, нанокультура.

Z. M. Ostropolska, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

CONVERGENT TECHNOLOGIES: SOCIO-CULTURAL ASPECTS

The article is concerned with socio-cultural aspects of development and implementation of modern technologies. It focuses both on the achievements and real risks that are caused by convergent technologies under the conditions of modern civilization process, on the high priority of social control in implementing evaluative and monitoring functions by society. It is noted that at present the challenges of further existence of humanity and civilization and the issues of articulation of the optimal strategy of social and cultural development emerge full blown.

Key words: people, society, culture, civilization, social technology, convergent technology, nanoculture.

Сучасні технології кардинально змінюють світ, саме від них багато в чому залежить майбутнє нині існуючого суспільства. **Мета статті** — виявити існуючі в науковій літературі точки зору стосовно розробки й упровадження новітніх технологій та їхнього впливу в контексті соціокультурного розвитку суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Науковці небезпідставно дедалі частіше говорять про новітню «технологічну революцію», а її сутність і зміст пов'язують з новим явищем, яке виникло на зламі ХХ–ХХІ ст. Це явище позначають аббревіатурою НБК, і навіть суспільство, яке формується під впливом цього явища, називають НБК-суспільством [2, с. 12]. Перш ніж розглядати це явище, зазначимо: ще у ХХ ст. створювалися технології, які на початку ХХІ ст. стали домінуючими в науково-технічному розвитку. До них передусім належать мікроелектроніка і біотехнології. Кардинальні зміни в науці і техніці почали відбуватися з розвитком і впровадженням інформаційних технологій, яким притаманний міжгалузевий статус. Але ще кардинальніший вплив не тільки на науку і техніку, а й безпосередньо на життя людини і суспільства почали здійснювати нанотехнології. Зосередимо увагу на деяких характерних особливостях цього різновиду сучасних технологій.

Як відомо, поняття «нанотехнологія» запропонував для використання в наукових теоретичних і прикладних дослідженнях професор Токійського наукового університету Наріо Танігучі ще в 1974 р. На його думку, нанотехнології передбачають розподіл, об'єднання і взаємодію окремих атомів і молекул речовини, при цьому розмір наномеханізму не повинен перевищувати одного мікрона або тисячі нанометрів.

Нині поняття «нанотехнологія» визначають таким чином: сукупність методів і засобів, що забезпечують можливість контрольованим способом створювати й модифікувати об'єкти, які мають принципово нові якості і дозволяють здійснити їх інтеграцію в повноцінню функціонуючі системи макромасштабу. Практично, нано (від грецького *nanos* — карлик) — це мільярдна доля чого-небудь, тобто нанометр — метр, поділений на мільярд. Візуально це можна уявити, якщо порівняти тенісний м'ячик і нашу планету.

Ще в 1959 р. американський фізик Річард Фейнман, лауреат Нобелівської премії, висловив припущення, що в недалекому майбутньому багато матеріалів виготовлятимуть на атомному та молекулярному рівнях, що допоможе отримати матеріали з небаченими до цього часу властивостями. Але лише через чверть століття, у 80-х рр., створено вимірювальну і робочу апаратуру, необхідну для маніпулювання з нановимірними об'єктами — скануючі зондові мікроскопи.

Перехід від «мікро» до «нано» — це якісний перехід від маніпуляції речовиною до маніпуляції окремими атомами. Сучасна тенденція до мініатюризації засвідчила, що речовина може мати зовсім інші властивості, якщо взяти її дуже маленьку частинку. Частинки розміром від 1 до 1000 нанометрів, зазвичай, називають «наночастинками». Наприклад, виявилось, що наночастинки деяких матеріалів мають каталітичні й адсорбційні властивості, інші матеріали — дивовижні оптичні властивості, зокрема, надтонкі плівки органічних матеріалів використовують для виробництва сонячних батарей. Такі батареї, хоча й мають низьку квантову ефективність, однак дешевші і можуть бути механічно гнучкими. Удається досягти взаємодії штучних наночастинок з природними об'єктами нанорозмірів — білками, нуклеїновими кислотами та ін.

Коли говорять про розвиток нанотехнологій, мають на увазі три напрями:

- виготовлення електронних схем (зокрема об'ємних) з активними елементами, розмірами, порівнюваними з розміром молекул і атомів;
- розробка та виготовлення наномашин, наприклад, нанороботів;
- маніпуляція окремими атомами і молекулами, компонування з них нанооб'єктів.

Фахівці з нанотехнологій прогнозують такі відкриття в майбутньому: у медицині — створення молекулярних роботів-лікарів, які б «жили» всередині людського організму, усуваючи різні пошкодження окремих органів, зокрема корегуючі генетичні програми; в геронтології — можливе досягнення безсмертя людей через укорінення в організм молекулярних роботів, що запобігатимуть старінню клітин, а також перебудову і поліпшення тканин людського організму. У перспективі цілком імовірним є вирішення таких питань: оживлення і лікування тих безнадійно хворих людей, які були заморожені методами кріоніки; в промисловості — заміна традиційних методів виробництва, складання молекулярними роботами предметів споживання безпосередньо з атомів і молекул; у сільському господарстві — заміна природних виробників продуктів (рослин і тварин) функціонально аналітичними комплексами з молекулярних роботів, які відтворюватимуть майже ті самі хімічні процеси, що відбуваються в живому організмі, але швидше й ефективніше; у біології стане можливим проникнення наноелементів у живий організм на рівні атомів. Результати можуть бути різними — від «відтворення» вимерлих видів до створення нових типів живих істот, біороботів; в екології — повне усунення шкідливого впливу діяльності людини на навколишнє середовище. Це можливе, по-перше, завдяки насиченню екосфери

молекулярними роботами-санітарами, які перетворюватимуть відходи діяльності людини на корисну сировину, по-друге, переведенням промисловості та сільського господарства на безвідходні нанотехнологічні методи; в освоєнні космосу — численні роботи-молекули підготують його до заселення людиною (Місяць, астероїди, найближчі планети); у кібернетиці — передбачається «переселення» людського інтелекту в комп'ютер [8, с. 73–75].

На думку багатьох експертів, ХХІ ст. буде століттям нанонауки і нанотехнологій. Вплив нанотехнологій на життя змінить економіку і стосуватиметься всіх аспектів побуту, праці, соціальних відносин, культурних практик. По суті, нанотехнології започаткують якісно новий етап науково-технологічної революції — створення нової реальності в майбутньому.

Отже, нанотехнології спричиняють кардинальні, революційні зміни в науковій сфері, технологічному процесові, наповнюють новим змістом існування людства в умовах сучасного цивілізаційного розвитку. Тому й не дивно, що науковці говорять про «новітню нанотехнологічну революцію» [4, с.3], яка надає науці та техніці ХХІ ст. нових якостей. Більше того, йдеться про створення нового типу технологічної культури — нанокультури [1, с. 26], формування «нового суспільно-технологічного укладу» [5, с. 12]. Деякі вчені пропонують називати сучасну картину світу «нанотехнологічною» або застосовувати для її визначення термін «наноонтологія» [6, с. 86].

Суттєвою ознакою нової технологічної революції, що відбувається нині, є тенденція до інтеграції різних наукових галузей і видів технологій. Постнекласична наука містить механізми конвергенції різних галузей знання, техніки, технологій. Поняття «конвергенція» (від лат. *convergo* — зближуюсь, сходжусь) позначає процеси максимального зближення, синтезування галузевих наукових досліджень, відповідних технологій, і цей факт спричиняє якісно новий етап у науково-технологічному поступі людства.

Конвергенція різних галузей знання та техніки позначається аббревіатурою НБІК (лат. варіант «NBIC» — *nano-bio-info-cogno*). Виникає принципово нове явище — НБІК-конвергентний етап наукового і технологічного розвитку, тобто зближення, поєднання, взаємодія сучасних прогресивних технологій — таких як нано-, біо-, інформаційні технології. Загалом конвергентні технології спрямовані на реалізацію потреб як окремої людини, так і всього суспільства. Серед переліку потреб І. В. Владленова називає, наприклад, такі: промислове виробництво продуктів харчування, виробництво біологічно активної речовини для потреб сільського господарства, лікарських препаратів, використання біологічних систем для виробництва й обробки

промислової речовини, виробництво дешевих і ефективних енергоносіїв, створення організмів із заздалегідь визначеними властивостями, підвищення продуктивності обчислюваних систем і, в перспективі, створення квантового комп'ютера, збільшення інформаційної ємкості та якості систем відображення інформації з одночасним зменшенням енерговитрат, розширення можливостей сенсорних і енергозберігаючих пристроїв, моделювання пізнання, створення штучного інтелекту [1, с. 125].

Яким чином конвергентні технології впливають на життя людини і подальший розвиток культури? Ці запитання є нагальними для науковців — філософів, культурологів, антропологів, економістів, соціологів. Нині надзвичайно актуалізуються соціокультурні виміри сучасного етапу технологічного процесу. У зв'язку із цим окремі автори пропонують уточнити назву сучасного технологічного стану: замість аббревіатури НБІК-технології використовувати НБІКС-технології. Буква «С» у цьому разі особливо важлива, оскільки репрезентує «суспільство», «соціум» [5, с. 12]. Це означає, по-перше, що НБІК-технології не можна розглядати відсторонено, тобто поза впливом на життя людини і все суспільство загалом; по-друге, ідеться не тільки про «суто» технічний аспект технологій, а й про антропологічний, якщо мислити ширше, соціально-гуманітарний аспект їх дії. І тут доречно говорити (на цьому наголошує І. Ю. Алексеева) про формування «нового соціально-технологічного укладу» [5, с. 12]. Очевидно, що відбувається конвергенція не тільки окремих новітніх технологій, а й соціуму і технологій — створюється принципово новий тип діяльності — соціально-технологічний уклад як певний етап переходу від біо- і техносфери до ноосфери, згідно з передбаченнями В. І. Вернадського. Але критерії існування ноосфери як сфери розуму потребують від людини забезпечення значною мірою гуманної організації всього суспільного життя, гармонізації відносин суспільства і природи, подолання негативних наслідків застосування технократичних технологій у господарській діяльності, соціальній та антропологічній інженерії.

Незважаючи на те, що соціальні технології як специфічний феномен суспільного життя є предметом уваги науковців упродовж тривалого часу, їх дослідження актуалізується лише на рубежі ХХ–ХХІ ст. Наприклад, американський учений О. Хелмер опублікував працю, присвячену соціальним технологіям, ще в 1966 р., в тому ж самому році вийшло друком дослідження П. Бергера і Т. Лукмана з цієї ж проблематики [2, с. 89]. Філософське й культурологічне осмислення означеного феномену нині не є достатнім. Необхідні ґрунтовні концептуальні розробки структури, сутності та механізму впливу на соціокультурний розвиток сучасного суспільства. А. О. Карпов,

наголошуючи на актуальності дослідження онтологічних аспектів проектування соціокультурних феноменів — таких, наприклад, як освіта, — поділяє думку М. Хайдеггера: «Доки ми не вникнемо подумки в те, що є, ніколи не зможемо передбачити те, що буде» [3, с. 31]. Для концептуалізації «того, що є», тобто реально існуючого феномену соціальних комунікацій, І. Т. Касавін пропонує таке їх визначення: «комунікаційно-діяльнісна форма виявлення соціального суб'єкта на рівні організаційно-управлінської діяльності в аспекті соціального конструювання знання й реальності, що ґрунтується на соціальних та гуманітарних науках» [2, с. 5].

М. Є. Осипов, досліджуючи зміст і методологічну роль категорії «соціальна технологія», дійшов висновку: «соціальна технологія — це сукупність способів і засобів (матеріальних й ідеальних) діяльності, що застосовується соціальним суб'єктом для перетворення суспільства відповідно до своєї мети і волі, що детерміновані його потребами й інтересами [7, с. 19]. Це визначення прийнятне й для усталених, традиційно функціонуючих соціальних інститутів та форм організації суспільного життя, таких як державний менеджмент, системи суспільного спілкування і комунікацій, освітянська сфера діяльності тощо. На думку М. Є. Осипова, навіть фундаментальні соціальні поняття — «цивілізація» та «формація» — можна трактувати як соціальні мегатехнології, що забезпечують відтворення суспільства на різних рівнях його самоорганізації [7, с. 16].

Деякі науковці поділяють соціальні технології на «жорсткі» і «м'які». Так, І. Т. Касавін зазначає: «Нарешті, соціальні технології всім відомі — це переважно інститути суспільства, такі як в'язниця, суд, поліція, армія, різні форми економічного примусу, а м'які соціальні технології — це ЗМІ, психотерапевтичні практики, деякі соціологічні методи на кшталт фокус-груп, освітні практики, соціальні мережі, що виходять нині на передній план» [2, с. 6].

Підсумовуючи осмислення явища соціальних технологій, дослідники констатують: це складна організація різних видів діяльності, починаючи з досліджень та проектування і закінчуючи організацією та соціальною взаємодією. Більшість соціальних технологій «поки що залишаються на рівні інновацій. І не завжди деякі з них перетворюються на стандартні технології», — зауважує В. М. Розін [2, с. 8].

Актуальним питанням є виявлення сутності та функцій соціальних технологій. Якщо говорити стисло, їх сутність полягає у створенні нової соціальної реальності й управлінні нею. У цьому виявляється конструктивна місія соціальних технологій, функціонально вони є засобом «соціальної інженерії». Але виникає важливе методологічне запитання: якими засобами припустимо формувати нову соціальну

реальність? Чи це має бути еволюційний поступ соціальних перетворень, чи, навпаки, шлях швидких революційних змін, який часто спричиняє технологічні дії у формі утопічної соціальної інженерії? Проблемним також є питання — якою має бути соціальна реальність: сконструйованою за типом природного світу чи за ідеальними моделями, які не узгоджені з природною діяльністю? Можливо, ці дві технологічні стратегії мають бути взаємопоєднуваними в процесі сучасної соціальної інженерії? В. О. Колпаков зазначає, що співвідношення між соціальними технологіями, які пропонуються для втілення в життя, й існуючою соціальною реальністю, потребують постійної філософської рефлексії [2, с. 9].

Останнім часом суспільствознавці дедалі наполегливіше порушують питання про антропологічну та морально-етичну спрямованість сучасних технологій, пропонують уточнити назву соціальних технологій і використовувати адекватніший термін — «соціально-гуманітарні технології». Важливою ознакою останніх є саме гуманітарна складова. На думку І. Т. Касавіна, термін «соціальні технології» введено для стислості, фактично йдеться про соціально-гуманітарні технології. Тобто в доповненні «гуманітарні» акцентується їх спрямованість на врахування потреб та інтересів людини, тобто підкреслюється життєве значення не тільки «жорстких», а й «м'яких» технологій [2, с. 28].

На нашу думку, доречно оперувати і поняттям «соціально-культурні технології», в якому рефлектується діяльність у сфері виробництва, обміну, поширення, зберігання і засвоєння духовних цінностей (різні культурні практики, мистецькі акції, фестивалі, виставки, конкурси тощо). Нині цей вид технологій потребує не меншої уваги, ніж технології, наприклад, у сферах економіки, бізнесу, політики.

Не виникає сумніву, що в розробці й упровадженні всіх сучасних технологій основою мають бути соціогуманітарна та соціокультурна складові. Це стосується як природничо-наукових, технократичних, так і соціальних технологій. Критеріями їх загальнолюдської значимості є антропологічна спрямованість, забезпечення існування людини як високоморальної та креативної (в позитивному сенсі) істоти. Тому виникає філософське, екзистенційне запитання: для чого потрібні ці технології? Яким чином вони впливають на подальше існування соціуму? Тобто йдеться про межу технологічного розвитку, ціннісні орієнтири людства загалом. «Нині багато хто вважає, що світова цивілізація — це цивілізація засобів, а не цілей (якщо мати на увазі віддалені цілі), — зазначає В. О. Лекторський. — Віддалені цілі мають узгоджуватися із системою цінностей. Навіщо всі ці технології, що ви хочете? — Щоб жити краще? — Так. — Щоб жити

довше? — Так. — І що — це все?.. А що буде з людиною? Найскладнішими виявляються питання цінностей, а цінності не технологізуються в принципі» [2, с. 14].

Але в сучасному суспільстві ситуація складається таким чином, що технологізується все, відбувається експансія технологій, наслідки яких суперечливі за своїм значенням, а здебільшого є негативними. Це стосується виробничих процесів, сучасних війн, в яких передусім застосовуються найновітніші технології для знищення людей, політичних процесів (поняття «політтехнології» нині стало синонімом «брудних» технологій), рекламної діяльності. «Наука дедалі більше перетворюється на технонауку, а мистецтво — на шоу-бізнес, головний критерій останнього — «відповідність формату», культура — на технологію заробляння грошей, соціальні технології — на технології вилучення грошей» [2, с. 14].

У контексті осмислення прогресу конвергентних технологій постає питання про ризики та загрози подальшого існування людини і соціуму. Розробляються проекти кардинального перетворення не тільки природи, а й людини як природної істоти, ставиться за мету створення штучної людської істоти, досягнення кібернетичного безсмертя. Ще в 1998 р. професор А. А. Болонкін (США) говорив про можливість до 2020 р. створити «електронну людину», переписавши з мозку всю інформацію в чіпи і розмістивши їх у певному пристрої, якому не загрожують радіація, високі температури тощо. Таким чином, на його думку, можна забезпечити безсмертя. Подібні технології загрожують збереженню людського життя як найвищої цінності. У зв'язку із цим Д. І. Дубровський зауважує: «Навіть якщо погодитися з тим, що через 30–40 рр. нам подарують безсмертя, відразу виникає екзистенційне питання: навіщо необхідне безсмертя, якщо немає високих смислів і цілей діяльності, якщо воно обіцяє сумовиту безкінечність усе тієї ж абсурдності буття масової людини, крокуючої до майбутнього у своєму звичному конкурентному звалищі, в подібному прагненні до дедалі більшого споживання нових і нових предметів, нових чуттєвих задоволень і комфорту. Потрібно спершу, грубо говорячи, поміняти мозок, а не просто пересадувати його зі смертного тіла до штучного» [5, с. 7].

Окремі автори наголошують на негативних соціальних наслідках неконтрольованого технологічного розвитку, наприклад, на загрозах від упровадження певного виду нано-біо-медичних технологій. Так, реальною загрозою є розшарування людства з урахуванням реальних фінансових можливостей окремих осіб, що мають можливості більшою мірою скористатися результатами нових технологічних розробок. «За сучасного стану суспільства, — зауважує Д. О. Алексеева, — це

неминуче призведе до нових форм колоніалізму, до витончених форм поневолення вузькою групою осіб більшості населення планети, до створення правлячої групи надлюдей. Зокрема, цією групою надлюдей можуть стати ті, котрі швидше за інших скористаються мережевими технологіями у сфері нано-біо-медицини і використають їх у своїх вузькокорпоративних цілях» [2, с. 22].

Висновки. Підсумовуючи деякі результати наукового дискурсу щодо сучасних технологій, ще раз наголосимо на важливості соціокультурних наслідків їх упровадження. Безумовно, без сучасних новітніх технологій неможливі поступ людства, реалізація креативної діяльності людини, комфорт її життя. Але нині ситуація є такою, що необхідно надати пріоритетного значення соціальному контролю в контексті здійснення суспільством оцінюючих і контролюючих функцій. Адже сучасні технології створюють не тільки нові можливості для розвитку людини та суспільства, але й нові ризики, зокрема виникнення нової глобальної загрози існуванню людства. Через відсутність соціального контролю вони перестають бути суто техніко-інструментальним засобом креативної діяльності людини і набувають якостей деструктивної антигуманної, антисоціальної дії. Якщо сучасні науковці й технологи дотримуватимуть позиції відсторонення від етичного осмислення інноваційного розвитку, це призведе до соціогуманітарної кризи не тільки в локальних, а й глобальному масштабах.

Список використаних джерел

1. Владленова И. В. Конвергентные технологии и человек: изменения мира. Знать бы, для чего... / И. В. Владленова // *Вопр. философии.* — 2012. — № 2. — С. 124–128.
2. Гуманитарное знание и социальные технологии (материалы «конференции круглого стола») // *Вопр. философии.* — 2013. — № 9. — С. 3–30.
3. Карпов А. О. Онтологизация и образование / А. О. Карпов // *Вопр. философии.* — 2013. — № 9. — С. 31–43.
4. Ковальчук М. В. Конвергенция наук и технологий — новый этап научно-технического развития / М. В. Ковальчук, О. С. Нарайкин, Е. Б. Яцишина // *Вопр. философии.* — 2013. — № 3. — С. 3–11.
5. Конвергенция биологических, информационных, нано- и когнитивных технологий: вызов философии (материалы «круглого стола») // *Вопр. философии.* — 2012. — № 12. — С. 3–23.
6. Мамчур Е. А. Фундаментальная наука и современные технологии / Е. А. Мамчур // *Вопр. философии.* — 2011. — № 3. — С. 80–89.
7. Осипов Н. Е. Содержание и методологическая роль категории «социальная технология» в осмыслении целостности общества / Н. Е. Осипов // *Вопр. философии.* — 2011. — № 6. — С. 16–22.
8. Остропольська З. М. Системи технологій : навч. посіб. / З. М. Остропольська. — Харків : Майдан, 2010. — С. 176.

References

1. Vladlenova I. V. Konvergentnyye tekhnologii i chelovek: izmeneniya mira. Znat by. dlya chego... / I. V. Vladlenova // Vopr. filosofii. — 2012. — № 2. — S. 124–128.
2. Gumanitarnoye znaniye i sotsialnyye tekhnologii (materialy «konferentsii kruglogo stola») // Vopr. filosofii. — 2013. — № 9. — S. 3–30.
3. Karpov A. O. Ontologizatsiya i obrazovaniye / A. O. Karpov // Vopr. filosofii. — 2013. — № 9. — S. 31–43.
4. Kovalchuk M. V. Konvergentsiya nauk i tekhnologiy — novyy etap nauchno-tekhnicheskogo razvitiya / M. V. Kovalchuk. O. S. Naraykin. E. B. Yatsishina // Vopr. filosofii. — 2013. — № 3. — S. 3–11.
5. Konvergentsiya biologicheskikh. informatsionnykh. nano- i kognitivnykh tekhnologiy: vyzov filosofii (materialy «kruglogo stola») // Vopr. filosofii. — 2012. — № 12. — S. 3–23.
6. Mamchur E. A. Fundamentalnaya nauka i sovremennyye tekhnologii / E. A. Mamchur // Vopr. filosofii. — 2011. — № 3. — S. 80–89.
7. Osipov N. E. Soderzhaniye i metodologicheskaya rol kategorii «sotsialnaya tekhnologiya» v osmyslenii tselostnosti obshchestva / N. E. Osipov // Vopr. filosofii. — 2011. — № 6. — S. 16–22.
8. Ostropolska Z. M. Systemy tekhnologii : navch. posib. / Z. M. Ostropolska. — Kharkiv : Maidan, 2010. — S. 176.

■ UDC 17.023.36-026.46

Ostropolska Z. M., Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

CONVERGENT TECHNOLOGIES: SOCIO-CULTURAL ASPECTS

The aim of this paper is to consider various points of views of the scientific literature on the development and implementation of convergent technologies and their impact on the socio-cultural development of people at the present day.

Research methodology. Theoretical and methodological basis of this paper is the approaches, theories and concepts used by the researchers who study the convergent technologies. Special attention is paid to the information, cultural, axiological approaches, methods of description and comparative analysis.

Results. One of the characteristic features of the present stage of civilization development is convergence of science and technologies. In the context of globalization the scientific and technical component is a key factor of modern civilization development. Computer, nuclear energy, space exploration, nanotechnologies, genetic engineering, up-to-date information technologies are radically changing the modern world. The author focuses on the consumer attitude of modern society to natural

resources, as well as on a number of other negative phenomena of the human nature. The implementation of the up-to-date information technologies causes various controversial consequences, for example, the phenomenon of an Internet addict person characterized by the estrangement from social and cultural environment and the human community. The author argues that the state and society control is weakened due to the negative effects caused by the convergent technologies.

Novelty. The paper deals with the development of the tools and ways which make it possible to overcome the negative effects of the convergent technologies implementation.

The practical significance. The results of analysis of the above mentioned issues contribute to the development of the optimal strategy for overcoming crisis situations in the convergent technological processes as well as to humanization of social and cultural environment.

Key words: people, society, culture, civilization, social technology, convergent technology, nanoculture.

Надійшла до редколегії 18.02.2016 р.

■ УДК 35:316.77

Г. В. Пшинка, кандидат філософських наук, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

РОЛЬ НАУКОВОЇ СПАДЩИНИ Ф. Р. ДУНАЄВСЬКОГО В РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Розглянуто наукову спадщину видатного представника вітчизняної управлінської думки Ф. Р. Дунаєвського. Проаналізовано його концепцію управління під назвою «комплексна організація управління», яка є однією з перших, де достатньо чітко простежуються ідея системи наук про управління та ідея самостійної науки з власними проблемами і значне місце відведено функціям управління та підбору персоналу.

Ключові слова: вітчизняна управлінська думка, наука організації праці, організаційна технологія, організаційні функції, наука управління.

А. В. Пшинка, кандидат философских наук, доцент Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

РОЛЬ НАУЧНОГО НАСЛЕДИЯ Ф. Р. ДУНАЕВСКОГО В РАЗВИТИИ МЕНЕДЖМЕНТА В УКРАИНЕ

Рассмотрено научное наследие выдающегося представителя отечественной управленческой мысли Ф. Р. Дунаевского. Проанализирована его концепция управления под названием «комплексная организация управления», которая является одной из первых, где достаточно четко прослеживаются идея системы наук об управлении и идея самостоятельной науки с собственными проблемами и значительное место отводится функциям управления и подбора персонала.

Ключевые слова: отечественная управленческая мысль, наука организации труда, организационная технология, организационные функции, наука управления.

Н. V. Pshynka, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

ROLE OF F. R. DUNAIEVSKYI'S SCIENTIFIC HERITAGE IN DEVELOPING MANAGEMENT IN UKRAINE

The article considers the scientific heritage of the outstanding representative of the national management idea F. R. Dunaievskiy. It is shown that his studies do not concede research issues of the institutes of labour of the USA and Europe; the author analyzes his management concept called «integrated management arrangements», where the idea of a system of management science and the idea of an independent science with its own challenges are clearly enough traced and the pride of place goes to the functions of management and recruitment.

Key words: national managerial idea, management science, science of workplace management, organizational technology, organizational functions.

Постановка проблеми. У формуванні та розвитку вітчизняного менеджменту важливе значення має вивчення історичного досвіду своєї країни, оскільки одним з головних завдань, які постають перед менеджерами, є відшукати ті елементи в традиції, історії та культурі країни, які можна використовувати для модернізації системи управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження й аналіз цієї проблеми здійснювали такі вчені, як Дж. У. Дункан [4], А. І. Кредисов [6], Іцхак Адізес [1], О. П. Єгоршин [5], Ф. І. Хміль [9] та ін. Проте розгляд цих праць засвідчив, що теоретичне надбання вітчизняних науковців висвітлено недостатньо.

Мета статті — дослідити наукову спадщину видатного представника вітчизняної наукової думки Ф. Р. Дунаєвського, його концепцію управління та визначити, яку роль вона відіграє в розвитку сучасного менеджменту в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Рух з наукової організації праці та управління виник в Україні приблизно в той самий час, що й у США, Європі. Тому необхідно вказати на існуючу в історико-економічній літературі неточність, згідно з якою розробка наукових принципів організації праці та управління розпочалася в Україні лише після соціалістичної революції 1917 р.

Серед вітчизняних теоретиків слід виокремити професора Федора Романовича Дунаєвського (1887–1960) — видатного представника вітчизняної управлінської думки, засновника та директора одного з перших у колишньому СРСР Всеукраїнського інституту праці (м. Харків), який згодом визнали за кордоном як структуру, що не поступається за результатами досліджень інститутам праці Західної Європи.

Свою концепцію Ф. Р. Дунаєвський назвав цілісною. Підґрунтям усіх теоретичних висновків автора є його переконаність у важливості організаційного фактора.

Науковим кредо Ф. Р. Дунаєвського є принцип комплексності. У 1923 р. він з колегами по інституту, визначаючи свої позиції щодо наукової організації праці та управління, дійшов висновку про те, що можуть бути «фрагментарні» й «інтегральні» (або комплексні) підходи.

Визначивши ознаки будь-якої організаційної діяльності в людських колективах, Ф. Дунаєвський нормально вважає таку діяльність, у якій, по-перше, наявні всі перелічені функції, по-друге, кожна з функцій необхідна й достатня для здійснення всіх інших, пов'язаних

з нею. Чітке розуміння ролі кожної функції та її залежності від інших, на думку науковця, має стати основою організаційної культури і базою для раціоналізаторської експертизи як побудови, так і методів управління [2, с. 24].

За широтою охоплення підхід Ф. Дунаєвського поступається багатьом підходам, які використовували його сучасники. Якщо, наприклад, О. Богданова цікавить те загальне, що є в процесах організації, які відбуваються як у природі й техніці, так і в суспільстві (тектологічне трактування), а Є. Розмировича, Л. Бизова, Е. Дрезена, М. Рудаківа та ін. — виявлення ознак, притаманних управлінню як речами, так і людьми («виробниче» трактування), то Ф. Дунаєвський обмежує свої дослідження одним видом управління — управління людьми, людськими колективами.

Ф. Дунаєвський прагне до створення особливої науки організації й управління, яку називає то наукою «організації праці», то «організаційною технологією», говорить про її доцільність і наполегливість, необхідні для її створення. Усвідомлюючи, що ця наука перебуває на стадії виникнення та початкового оформлення, творчий колектив харківського інституту на чолі з Ф. Дунаєвським спробував визначити її проблеми, а також обґрунтувати з іншими науками. За допомогою інтегрального, комплексного підходу до управління харків'яни виокремили певні технічні, економічні, фізіологічні та психологічні проблеми, які мають, на їх думку, розробляти відповідні науки. Це свідчить про те, що Ф. Дунаєвський, на відміну від багатьох своїх сучасників, розглядав управління як складне комплексне явище, що не обмежується одним аспектом, але при цьому не просто передбачав можливість, а вважав необхідними різноаспектні розробки. Необхідність науки управління він обґрунтував методологічно, визначивши проблеми, які не вивчали інші науки (розробка методології організаційного аналізу; розробка систем, порядку й техніки адміністрування; розробка теорії організаційного процесу в цілому тощо).

Таким чином, це одна з перших концепцій, у якій достатньо чітко простежуються ідея системи наук про управління та ідея самостійної науки з власними проблемами (навіть визначеними не завжди однаково правильно й не в повному обсязі). Слід зазначити, що в цій науці Ф. Дунаєвський суттєвого значення надавав мистецтву керівництва. Підкреслюючи важливість зразків рішень, автор зазначав: «...акумуляція вдалих рішень (доведених практикою), систематизація й узагальнення їх і постачання отриманими таким чином указівками адміністраторів є шляхом, який у разі масовості процесів стає достатньо обнадійливим» [2, с. 43]. Однак він не переоцінює методу ситуацій, правильно зазначаючи, що конкретні обставини повторюється

порівняно рідко (окремі обставини можуть повторюватися доволі часто), і тому в одній сукупності обставин певне рішення може виявитися вдалим, а в іншій — помилковим.

У 1970-ті рр., як відомо, Г. Х. Попов обґрунтував концепцію науки управління виробництвом, яка набула популярності і мала два головні розділи: теорію та мистецтво керівництва. Таким чином, можна стверджувати, що вчений 20-х рр. Ф. Р. Дунаєвський зміг передбачити один із напрямів будівництва науки, який заслуговує на особливу увагу.

Особливо важливою є характеристика основних організаційних функцій, у якій центральне місце посідають розпорядчі функції. Такий акцент зумовлений тією обставиною, що, як зазначає науковець, процеси розпорядження є наймасовішими, часто трапляються кожній людині й безпосередньо її стосуються, водночас функції започаткування і побудови (ординації) порівняно менше помітні широким масам.

У розпорядчій функції головним є визначення підстав розпоряджень. Для обґрунтування розпоряджень керівник обов'язково повинен використовувати дані обліку, фіксує його як зміни в усіх внутрішніх процесах, що характеризують діяльність підприємства (коливання собівартості, продуктивності, обсягу продукції, різних витрат, збуту тощо), так і зміни в усіх зовнішніх процесах, пов'язаних з діяльністю підприємства (коливання в попиті, діяльності конкурентів, ринковій кон'юктурі та ін.).

Облік, безумовно, ведеться всюди, у кожному закладі, підприємстві, організації. Але не завжди він може бути надійним фундаментом вироблюваних керівником рішень (розпоряджень).

Відзначаючи цю обставину, Ф. Дунаєвський формулює той, на його думку, мінімум вимог, яким повинен відповідати облік, щоб дійсно виконувати функцію визначення підстав для розпоряджень. Науковець навів шість таких вимог.

1. Надійність у сенсі гарантованої точності.
2. Своєчасність отримання необхідних даних.
3. Повнота охоплення всіх тих процесів і обставин, які можуть впливати на зміст розпорядження.
4. Облік, реєстрація не просто «голих» фактів, виявлення закономірностей, впливу на них різних факторів.
5. Фоновість обліку, порівняння різних показників, коефіцієнтів з аналогічними параметрами попередніх періодів, плановими задачами, досягненнями, теоретичними можливостями й «іншими фоновими».
6. Видимість, що забезпечує швидке, просте засвоєння не лише тих чи інших величин, але і їх значення та змісту (фонові графіки, синоптичні схеми тощо).

Лише такий облік, що відповідає всім означеним вимогам, може бути, на думку Дунаєвського, надійною основою для розпоряджень, які без цього нерідко залишаються лише випадковою колекцією корисних побажань. Тільки такий облік може дозволити керівникові сучасного великого підприємства знати все, що відбувається всередині й навколо нього, визначати причини несправностей, перевіряти, чи вжито заходи, щоб ці несправності подолали. Тільки така система ґрунтується в управлінні на знанні самого керованого об'єкта, тобто виконує найважливішу умову дійсної науковості управління. Отже, першочерговим завданням усіх адміністраторів є створення в керованих закладах та підприємствах «чітких розрахованих апаратів, які забезпечують облік надійний, своєчасний, повний, глибокий, фоновий та осяжний» [2, с. 34].

Важливе значення має зміст розпоряджень. На думку Дунаєвського, ідеться по суті про проектування, створення самих розпоряджень. Свою ідею автор пояснює, використовуючи метод аналогії з технологічною галуззю. У технології інженер для вирішення завдань використовує готові формули, акумулюючи колективний досвід людства. Такі формули дозволяють інженерові замінювати винаходи конструюванням, тобто творчість — міркуванням. Дещо подібне, вважає Дунаєвський, слід створити в організаційному будівництві, для чого необхідна розробка спеціальної теорії розпоряджень. У цьому разі вітчизняний науковець талановито передбачив новий науковий напрям, який пізніше набув поширення на Заході під назвою теорії управлінських рішень, використовуючи методи формалізації із застосуванням емного математичного апарату. Так, пояснив Дунаєвський, якщо б керівники використовували «формули розпорядження», це означало б, що в кожному випадку вони заздалегідь знали б, на які обставини їм слід зважати, щоб правильно вибрати потрібне розпорядження.

Можливість побудови «формул розпорядження» автор убаचाє в масовості й повторюваності процесів, що дозволяє, на його думку, частково компенсувати брак особистих «адміністративних обдарувань» визначенням експериментально проведених фіксованих методів управління. Це особливо стосується таких галузей економіки, як сільське господарство, транспорт, торгівля, які характеризуються не тільки масовістю однорідних процесів, але й порівняльною однотипністю самих операцій. Але й у промисловості, незважаючи на такий ускладнюючий фактор, як значна різнотипність її підрозділів, можливе широке використання формул. Зокрема, може бути формалізована система розпоряджень про заготівлю матеріалів, яка — у результаті аналізу споживання матеріалів зі складу і відомостей про швидкість та забезпеченість використання замовлень — може

абсолютно позбавити адміністратора турбот за допомогою визначення «норм запасів» і автоматичної сигналізації про наближення критичних моментів. Можливими є й аналіз та прогноз динаміки збуту, на основі якого були б побудовані формули для регулювання самих обсягів виробництва.

Третій аспект, пов'язаний з розпорядчою функцією, — забезпечення виконання розпорядження.

Зазвичай забезпечення виконання розпоряджень у розумінні багатьох людей пов'язане з увяленнями про адміністратора, який має «тверду руку», «вольову силу» тощо. Донині ця властивість керівника є надзвичайно суттєвою і навіть вирішальною. Дійсно, яка частина населення є прихильниками сталінізму, авторитарного типу керівників? Зрозуміло, цьому явищу слід знайти адекватне пояснення. Імовірно, воно є своєрідною формою соціально-психологічної реакції великих прошарків трудящих на панування некваліфікованих керівників, навіть якщо вони мають демократичну орієнтацію. Однак копії зазначених увялень цілком належать до вельми віддалених епох, коли в разі неналежного господарства доводилося долати труднощі та супротив людей за допомогою єдиного методу — репресій. Найвищих меж необхідність «твердої руки», на думку Ф. Р. Дунаєвського, досягла за часів рабовласництва. Однак з підвищенням культурності й кваліфікованості керівників і підлеглих, налагодженості господарства потреба в такому адміністративно-силовому «тискові», звичайно, зменшуватиметься. В умовах наукової, раціональної організації праці, виробництва й управління, достатньої обґрунтованості управлінських рішень сама необхідність «твердої руки» є вельми сумнівною, радше, просто зникає. Репресивні методи, довів Ф. Дунаєвський, неефективні й навіть небезпечні, особливо коли вони стають повсякденними. У цьому разі небезпека полягає не тільки в тому, що постійний страх покарання діє на психіку виконавців, призводить до зниження їх психічного тону, а в тому, що вдавання до репресій швидко розбещує самого керівника, отруюючи його сили, подібно до алкоголю. Одного разу ставши на шлях репресій, він назавжди ризикує набути поганой звички реагувати репресією не тільки на ті крайні прояви агресивності, за яких репресія об'єктивно є єдиним методом вирішення проблеми, але й на всі випадки невиконання, причиною яких є невдалість або нездійсненність самого розпорядження.

Але чи можливе дотримання трудової дисципліни без репресій і страху? Якою повинна бути ідеологія дисципліни? Дунаєвський усвідомлює, що трудова дисципліна — неодмінна умова здорової роботи колективу. Але слухним є й те, що праця ще не скоро стане радісною завжди і для всіх. Природне стомлення, різні захоплення

і та ін. завжди призводять до ослаблення активності виконавців, якщо не вживати належних заходів. Але яких? Настанова холодна, педантична, нещадна, орієнтована на найсуворіші стягнення за найменшу провину, і настанова тепла, уважна, але підбадьорлива, яка вимагає — це полюси. Дисципліна підбадьорлива і дисципліна страхотлива. Чим більше переважає друга, тим більше підстав уважати недостатньою особисту придатність адміністратора. Застосування радикальних методів нерідко є симптомом фактичної слабкості керівників, їх «адміністративного рахізму». Що повинно протидіяти «твердій руці», як забезпечити виконання розпоряджень? Науковець указує два головні, на його думку, напрями, що забезпечують виконання: 1) встановлення системи автоматичного контролю за своєчасністю та якістю виконання; 2) визначення форм розпорядження, що гарантують своєчасне прийняття необхідних заходів для перевірки виконання розпоряджень.

Таким чином, Ф. Дунаєвський дійсно зумів висловити важливі організаційні функції — функції поточного адміністрування. Але не тільки. Авторські характеристики двох інших його функцій — започаткування (ініціювання) і побудови (ординації) так само доволі цікаві і заслуговують на увагу.

Стосовно функцій започаткування. За визнанням Дунаєвського, йому довелося обмежитися лише загальними судженнями про умови і труднощі ініціації. Як відомо, творча, смілива ініціатива, особливо ініціатива масштабна, виникає поступово і часто викликає опір оточення. Чим більше уваги потребує нове починання, тим більше воно може викликати заперечення і навіть ворожнечу. Важлива ініціатива майже завжди зумовлює велику боротьбу.

У цьому разі думки Дунаєвського зводяться до того, що суспільство має прийняти стосовно функцій почину «...хоча б ту міру охорони, яку воно надає кожному окремому громадянину в захисті його майнових і особистих прав. Кожному ініціатору повинна бути надана можливість доводити правду своїх домагань не менша, ніж надається судовими законодавствами для доказів домагань майнових» [2, с. 43].

Дунаєвський сформулював і найближче практичне завдання загальнодержавного масштабу, відповідно до якого необхідно створити спеціальні установи та форми, що гарантують оцінку технічних і організаційних ініціативних проектів й винаходів у межах забезпечення розробки, випробування і здійснення тих із них, які доведуть свою соціальну доцільність.

Нарешті, ще одна група організаційних функцій, згідно з Дунаєвським, — функції побудови (ординації), важливість якої є безперечною. Перша ординаційна функція — визначення складу потрібних

активностей. Ідеться про процеси формування організації, методи побудови «робочих апаратів, як виробничих, так і особливо адміністративних». Науковець зазначає, що панує цілковитий хаос, який відрізняється не тільки громіздкістю апарату, не тільки високою собівартістю продукції, але й ненадійністю апарату, постійними неточностями в роботі, такими як плутанина розпоряджень, недотримання строків, формалізм та ін. І Дунаєвський попереджає, що ми не позбудемося їх до тих пір, поки не навчимося будувати апарат так само чітко і обгрунтовано, як будуються машини.

На його думку, насамперед слід усунути хаос і впорядкувати процеси формування організаційних механізмів, забезпечуючи їх адекватними трудовими активностями. Для цього, по-перше, необхідно поступово переглянути всі наявні професії і кваліфікації й установити нормальний склад знань, навичок, умінь, які повинні набути представники кожних професії і кваліфікації відповідно до основних вимог сучасної техніки, умов господарського розвитку, природних відмінностей людей. У результаті такої роботи буде створено кодекс кваліфікаційних норм, які становитимуть основу педагогічної системи й системи комплектування персоналу. «Тільки після повного проведення в життя такого нормування ми могли б завжди з упевненістю знати, з якого матеріалу ми будемо будувати апарат» [3]. Крім того, необхідно ретельне статистичне визначення кількісних норм праці для тих процесів, де можливе застосування методів вимірювання. Природно, ці норми повинні враховувати вплив усіх можливих факторів. На базі подібних досліджень має бути створений кодекс норм продуктивності.

Цікаво Дунаєвський розкриває і підбір виконавців. Але головна проблема організатора саме в тому і полягає, що йому доводиться будувати з того матеріалу, який є, а не з того, який він хотів би мати. Суть проблеми підбору виконавців — як уникнути цієї труднощі.

Науковець правильно зазначив, що найжорстокішими і найхворобливішими проявами соціальної дисгармонії є розбіжність між трудовими потенціями людей і тією роботою, яку їм часто доводиться виконувати. Під трудовими потенціями він розумів природну схильність людини до тієї чи іншої ролі в трудовому процесі, поєднання її психічних та фізичних особливостей, життєвих сил, що робить для неї простою й доступною одну роботу і важкою і неприємною іншу. Трудові потенції різних людей різні. Одна людина може бути художником, інша — ковалем. «Третя, — зазначає автор в іншій своїй роботі, — має розум, чітко утримує в одному внутрішньому погляді сплетіння найрізноманітніших факторів, умінням комбінувати і використовувати ці факти для певних цілей, умінням розрізняти людей і знати, що кому

можна доручити і як змусити виконати доручення, ясною впевненістю у своїх діях, наполегливістю серед перешкод, швидкістю і невтомністю роботи, вона відчуває себе у своїй стихії, якщо їй вдається узгодити сили природи і сили людей для єдиної стрункої дії, — у неї здібності організатора» [3]. Буквально в одному реченні сформульовано немало якостей, якими має володіти кожен керівник.

На думку Ф. Дунаєвського, проблеми професійного підбору й оптимальної розстановки людей завжди повинні перебувати в полі зору керівників. Якщо люди працюють не на своєму місці, ефективність їх праці надто знижується. «Людина, яка за своїми природними даними придатна, наприклад, бути організатором, але яку соціальна доля прикувала до ковадла або верстату, буде нудитися в роботі, яка її не задовольняє, як у в'язниці» [3]. Нам слід навчитися економно використовувати людський фактор.

Яким чином пропонував вирішення проблеми підбору кадрів Ф. Р. Дунаєвський? Згідно з його уявленнями, формування складу виконавців передбачає, по-перше, визначення властивостей, якими повинні відрізнятися виконавці, щоб задовольняти кваліфікаційні вимоги («професіографія»), а по-друге — розробку методів визначення наявності цих властивостей (тобто визначення кваліфікації, вміння). І той, і інший аспекти проблеми підбору, зазначав науковець, досліджені недостатньо, відсутній і сам кодекс кваліфікаційних норм. Однак і в цьому разі Ф. Дунаєвський запропонував біологічну основу для побудови вищезгаданого кваліфікаційного кодексу, поділивши всі функції на три типи: оперативність, кмітливість, винахідливість. Цікава й інша рекомендація автора, згідно з якою основні дії в підборі людей мають відбуватися не тільки і не стільки в момент комплектування підприємства, організації, а в процесі навчання і підготовки майбутніх працівників, тобто завчасно. Це, на його думку, доцільніше і більше відповідає принципам та інтересам системи господарювання.

Реалізація функції стимулювання передбачає встановлення такої системи господарювання, яка забезпечує дійсний зв'язок «між успішністю роботи і розміром її оплати», тобто зв'язок між об'єктом винагороди та «залежним від виконавця результатом роботи». Для цього необхідне створення стандартної системи об'єктивної реєстрації успішності кожного виконавця і всіх факторів, що впливають на цю успішність.

Висновки. Концепція організаційних функцій Ф. Р. Дунаєвського — перша у вітчизняній літературі спроба представити організацію як єдине ціле, комплекс функцій, що одна одну зумовлюють і в сукупності забезпечують повноту функціонування цілісної системи.

Це головне теоретичне досягнення харківського вченого, і його, напевно, було б цілком достатньо для того, щоб повернути його ім'я з небуття. Але Дунаєвський не обмежувався одними лише методологічними побудовами, він, як зазначалось, визначив раціоналізаторські заходи загальнодержавного рівня, не всі з яких були утопічними. У його концепції втілено перехід від хаотичного, нетерплячого організаційного непрофесіоналізму до пов'язаної, обґрунтованої, цілісної системи основних державних заходів, які в результаті забезпечили б дійсне і кардинальне вирішення раціоналізаторської проблеми.

Вивчення й узагальнення досвіду вітчизняних теоретиків управління для визначення його ролі в процесі розвитку сучасного менеджменту є перспективою подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Адизес И. Идеальный руководитель: Почему им нельзя стать и что из этого следует : пер. с англ. / Ицхак Кальдерон Адизес. — 7-е изд. — М. : Альпина Паблишер, 2014. — 264 с.
2. Дунаєвський Ф. Р. Комплексність в організації / Ф. Р. Дунаєвський // Праці Всеукраїнського інституту праці. — Харків, 1928. — Вип. 2. — с. 3–92.
3. Дунаєвський Ф. Р. Проблеми професійного підбору / Ф. Р. Дунаєвський. — Харків, 1923. — С. 5.
4. Дункан Дж. У. Основополагающие идеи в менеджменте. Уроки основоположников менеджмента и управленческой практики / Дж. У. Дункан. — М., 1996. — 224 с.
5. Егоршин А. П. Управление персоналом / А. П. Егоршин. — 4-е изд., испр. — Н. Новгород, 2003. — 720 с.
6. Кредисов А. І. Історія вчень менеджменту : підручник / А. І. Кредисов. — Київ : Знання України, 2001. — 300 с.
7. Наука управляти: з історії менеджменту : хрестоматія : навч. посіб. для студ. екон. вузів / [упоряд. І. О. Слепов]. — Київ : Либідь, 1993. — 304 с.
8. Позиція Харківського інституту праці відносно організації праці // Праці Всеукр. ін.-ту пр. — Харків, 1928. — Вип. 1. — с. 47.
9. Хміль Ф. І. Становлення сучасного менеджменту в Україні: проблеми історії та практики / Ф. І. Хміль. — Львів, 1996. — 284 с.

References

1. Adizes Ichak Kalderon. Idealnyy rukovoditel: Pochemu im nelzya stat i chto iz etogo sleduyet : per. s angl. / Ichak Kalderon Adizes. — 7-e izd. — М. : Alpina Pablisher. 2014 — 264 s.
2. Dunaievskiy F. R. Kompleksnist v orhanizatsii / F. R. Dunaievskiy // Pratsi Vseukrainskoho instytutu pratsi. — Kharkiv, 1928. — Vyp. 2. — s. 3-92.
3. Dunaievskiy F. R. Problemy profesiinoho pidboru / F. R. Dunaievskiy. — Kharkiv, 1923. — S. 5.

4. Duncan J. Watts. *Osnovopolagayushchiye idei v menedzhmente. Uroki osnovopolozhnikov menedzhmenta i upravlencheskoy praktiki* / J. Watts Duncan. — M., 1996. — 224 s.
5. Yegorshin A. P. *Upravleniye personalom* / A. P. Yegorshin. — 4-e izd.. ispr. — N. Novgorod. 2003. — 720 s.
6. Kredysov A. I. *Istoriia vchen menedzhmentu : pidruchnyk* / A. I. Kredysov. — Kyiv : Znannia Ukrainy, 2001. — 300 s.
7. *Nauka upravlyaty: z istorii menedzhmentu : khrestomatiia : navch. posib. dlia stud. ekon. vuziv* / [uporiad. I. O. Sliepov]. — Kyiv : Lybid, 1993. — 304 s.
8. *Pozysia Kharkivskoho instytutu pratsi vidnosno orhanizatsii pratsi // Pratsi Vseukrainskoho instytutu pratsi*. — Kharkiv, 1928. — Vyp. 1. — s. 47.
9. Khmil F. I. *Stanovlennia suchasnoho menedzhmentu v Ukraini: problemy istorii ta praktyky* / F. I. Khmil. — Lviv, 1996. — 284 s.

■ UDC 35:316.77

Pshynka H. V., Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

ROLE OF F. R. DUNAIEVSKYI'S SCIENTIFIC HERITAGE IN DEVELOPING MANAGEMENT IN UKRAINE

The aim of the article is to consider the scientific heritage of the outstanding representative of the national management idea F. R. Dunaievskiy, his conception of organization administration and to determine its role in developing the modern management in Ukraine.

Research Methodology. While working on the article the author used a system of methods that provides the theoretical analysis of sources on the chosen theme, and such scientific methods as systematic, the method of analysis and synthesis, generalization, comparison. One of the main methods for the study is the combination of historical and logical, the analysis of documents.

Results. The concept of organizational functions by F. R. Dunaievskiy is the first attempt in the national literature to view the organization as a singular entity, a set of functions that are mutually causal and combined to provide the completeness of functioning the integrated system. This is the main theoretical achievement of the Kharkiv scientist. F. R. Dunaievskiy identified the functions and meticulously described the recruitment principles and problems; he also stated the qualities every manager should have. It is shown that his studies do not concede research issues of the institutes of labour of the USA and Europe; the author analyzes his management concept called «integrated management arrangements», where the idea of a system of management science and the idea of an independent science with its own challenges are clearly enough traced and the pride of place goes to the functions of management and recruitment.

Novelty. The position and role of F. R. Dunaievskiyi's scientific heritage are identified. Undoubtedly, F. R. Dunaievskiyi is the most prominent representative of the national management idea; besides, he is our countryman who is respectfully reputed abroad. It is shown that the movement on scientific workplace management and organization administration emerged in Ukraine at approximately the same time as in the US and Europe.

The practical significance. The research has important implications for using F. R. Dunaievskiyi's scientific experience in the development of national management, determining its features for a better understanding of the issues.

Key words: national managerial idea, management science, science of workplace management, organizational technology, organizational functions.

Надійшла до редколегії 26.02.2016 р.

■ УДК791.43:659.1

Ю. С. Шевчук, здобувач, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

ПРО СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ «КІНОРЕКЛАМА» Й «ЕКРАННА РЕКЛАМА»

Проаналізовано визначення і співвідношення понять «кінореклами» й «екранної реклами»: терміном «кінореклама» можна позначати: а) рекламу у фільмі як Product Placement (інкорпоровану до фільму технологію просування бренда); б) власне рекламні кіноролики; в) художній фільм як носій певної ідеології; г) художній фільм як рекламу територій (туристична реклама). Зазначено, що поняття «екранної реклами» є ширшим, оскільки містить також телевізійну рекламу.

Ключові слова: реклама, кінореклама, екранна реклама.

Ю. С. Шевчук, соискатель, Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев

О СООТНОШЕНИИ ПОНЯТИЙ «КИНОРЕКЛАМА» И «ЭКРАННАЯ РЕКЛАМА»

Проанализировано определение и соотношение понятий «кинорекламы» и «экранной рекламы»: термином «кинореклама» можно считать: а) рекламу в фильме как Product Placement (инкорпорированную в фильм технологию продвижения бренда); б) собственно рекламные киноролики; в) художественный фильм как носитель определенной идеологии; г) художественный фильм как рекламу территорий (туристическая реклама). Отмечено, что понятие «экранной рекламы» шире, т.к. включает телевизионную рекламу.

Ключевые слова: реклама, кинореклама, экранная реклама.

Yu. S. Shevchuk, external doctoral candidate, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

ON THE CORRELATION OF THE NOTIONS «FILM ADVERTISING» AND «SCREEN ADVERTISING»

The article analyzes the definition and correlation of the notions «film (movie) advertising» and «screen advertising». It is emphasized that the term «film (movie) advertising» can be considered: a) the advertising as a Product Placement (the technology for brand promotion incorporated into the film); b) movie's clip advertising by itself; c) a feature film as a carrier of a certain ideology; d) a feature film as an advertisement of areas (tourism advertising). It is noted that the notion of «screen advertising» is wider, because it includes television advertising.

Key words: advertising, film (movie) advertising, screen advertising

Постановка проблеми. У сучасному суспільстві реклама посідає одне з головних місць серед соціально-комунікаційних технологій позиціонування суб'єктів соціальної діяльності: політичної, бізнесової, консалтингової тощо. Утім, якщо рекламу як елемент маркетингових комунікацій розглянуто в багатьох наукових дослідженнях, то рекламі, носієм якої є художнє кіно, уваги приділялось значно менше: у більшості літератури цей вид реклами взагалі не згадується. Водночас саме художні фільми є основним носієм т. зв. Product Placement (букв.: розміщення товару) — технології просування брэнда за допомогою творів мистецтва. Термінологічне визначення цього виду реклами — кінореклама або екранна реклама — є, на нашу думку, поняттєво нечітким, таким, що має певні теоретичні і практичні наслідки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на значну кількість наукової літератури з питань реклами, лише в деяких працях трапляються терміни «кінореклама» й «екранна реклама». Навіть у більшості класифікацій ці види реклами не згадуються, наприклад, як у відомого фахівця з маркетингу Ф. Котлера [11].

Так, одну з найґрунтовніших класифікацій здійснив український учений Є. Ромат, котрий поділяє рекламу на основі кількох класифікаційних ознак: за типом рекламодавця (спонсора), суб'єкта комунікації; за типом цільової аудиторії: реклама на сферу бізнесу, індивідуальних споживачів; за критерієм сконцентрованості на певному сегменті аудиторії: селективна (вибіркова) реклама та масова; за розміром території: локальна, регіональна, загальнонаціональна, міжнародна реклама (поширюється на території декількох держав); за об'єктом рекламної діяльності: товарна, іміджева, реклама ідеї; за цілями рекламної кампанії: комерційна; некомерційна: політична, соціальна, особистісна реклама; за способом впливу: зорова (вітрини, друкована реклама), аудіальна (радіо), зорово-нюхова (ароматизована листівка та ін.); зорово-слухова (теле-, кіно-, відеореклама та ін.); за способом впливу: «жорстка» і «м'яка» реклама; за засобами передачі рекламного звернення: друкована (поліграфічна), в газетах і журналах, радіо-і телереклама, реклама на транспорті тощо [17, с. 22–24].

Водночас науковець класифікує кінорекламу як зорово-слухову, разом із теле- і відеорекламою. У цьому разі підкреслено таку ознаку, як канал перцепції, тобто спосіб, за допомогою якого реклама сприймається адресатом рекламного звернення.

Американські автори У. Уеллс, С. Моріарті, Дж. Бернет віддають перевагу назві «реклама, що повідомляє» [23, с. 506], яку відрізняють від реклами телевізійної. Під це поняття підпадає і кінореклама.

К. Маліношевська фактично отожднює рекламу в кіно і Product Placement [12, с. 43], хоча Product Placement не зводиться до

рекламування завдяки розміщенню рекламної інформації лише у творах кіномистецтва.

Н. Санакоєва Product Placement в кіно називає ігровою рекламою [18, с. 557], використовує поняття кіномерчендайзингу, маючи на увазі «використання образів персонажів художніх фільмів та мультфільмів» [18, с. 558].

С. Тубі надає перевагу словосполученню «реклама в кіно» [22], розглядаючи в цьому контексті лише Product Placement.

Термін «кінореклама» трапляється на сторінках кількатомного дослідження історії кіноринку і кінореклами в Росії, яке належить О. Ігнатенкові [8].

Поняття кінореклами використовує російський науковець Р. Музикант, розглядаючи її як вид екранної реклами [13, с. 215].

Деякі дослідники використовують термін екранна реклама, хоча він не такий поширений, як попередній. Поняття екранної реклами знаходимо у вітчизняного науковця Т. Примак, котра, перелічивши види реклами за ознакою каналів медіа, що поширюють рекламне звернення, виокремлює такий вид, як екранна: телебачення (кліпи, рекламна стрічка, рекламні інтерв'ю, оголошення спонсора передач), слайди, реклама через поліекран [15, с. 75], а телевізійну рекламу вважає видом екранної реклами.

С. Тримбач досліджував екранні медіа, звертаючи увагу на те, що в 1930-х рр. значна кількість радянських фільмів «нагадувала жанр радіоп'єси» [20, с.16].

Екранні види реклами згадує у своїй статті російський кінознавець Л. Березовчук. На її думку, екранні види реклами долучені до широкого поняття екранної візуальної культури [1, с. 142].

Однак не всі науковці, котрі порушують проблеми екранної культури, вважають її складовою екранної реклами. У деяких ґрунтовних дослідженнях екранної культури (П. Огурчиков [14], Г. Чміль [24]) про екранну рекламу не йдеться.

Очевидно, що обидва поняття потребують ретельного вивчення як у контексті термінологічного уточнення, так і виявлення зв'язків між ними.

Мета статті — уточнити поняття «кінореклама» й «екранна реклама» та визначити їх співвідношення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до Закону України «Про рекламу», реклама — це інформація про особу чи товар, поширена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких осіб чи товару [16]. Серед видів реклами, які згадуються в цьому Законі України, про кінорекламу, екранну рекламу

не зазначено. Лише в ст. 17 йдеться про «Рекламу, що поширюється при кіно- і відеообслуговуванні». Однак це не означає, що означене поняття є тотожним поняттю кінореклами.

«Кінематограф» (від грец. *kinema*, *kinematos* — рух та *grapho* — пишу, зображаю) — комплекс дій і методів, що забезпечують зйомку і демонстрацію фільму [9, с. 179].

Відповідно до «Словника української мови», «кіно — перша частина складних слів, уживаних за значенням слова «кіно»» [19, с. 435]. Отже, слово кінореклама складається з двох частин: кіно і реклама (втім, у «Словнику...» терміна кінореклама немає).

Термін «кіно» має декілька значень, його трактування часто залежить від того чи іншого авторського ставлення до цього виду мистецтва. О. Волошенюк розглядає кіно як «сукупне колективне видовище» [3, 233], як культурний феномен і культурний інститут [17, с. 234], видовищну комунікацію [3, с. 234], форму дозвілля [3, с. 242].

Щодо співвідношення понять «кіно» і «фільм», то вони розглядаються і як взаємозамінні, і як такі, що можуть розрізнятися. Так, відомий російський кінознавець Н. Клейман зазначав: «слова «кіно» і «фільм» мають на увазі ... усі види технології фіксації, композиції і презентації звукозорового твору» [10, с. 133].

Українські дослідники Т. Гриценко, С. Гриценко та А. Кондратюк ототожнюють «художнє або ігрове кіно» [4, с. 319], а твір (результат) цього виду кіно називають «художнім фільмом». Крім «художнього або ігрового кіно», вони виокремлюють документальне, мультиплікаційне або анімаційне, наукове кіно і відеокліп.

С. Тримбач використовує поняття «ігровий кінематограф» [20, с. 7] і виокремлює такі види кіномистецтва: художнє (ігрове), документальне, мультиплікаційне (анімація), науково-популярне кіно.

Російський науковець Т. Ю. Дашкова зазначає, що «одним потенційно інформативним джерелом ... вважається художнє (ігрове) кіно, що зберігає в «законсервованому» виді уявлення про норми і ідеали епохи, втілені в художніх образах» [5].

На те, що радянське кіно відіграло роль соціальної реклами, звернула увагу І. Демедюк, згадавши в цьому контексті фільми «Висота» і «Дівчата», які «рекламували нові професії, сприяли формуванню образу життя радянської людини, її моральних цінностей» [6].

Цю оцінку поділяє С. Єланська: радянський кінематограф, на її думку, «це унікальний феномен з точки зору того впливу, який він здійснював на ... суспільство» [7], визначаючи смаки і зразки масової поведінки.

У своїх попередніх статтях, аналізуючи радянські ігрові фільми, ми показали, що, незважаючи на жанрові відмінності, ці кінострічки

відображали соціальні і політичні зміни, які мали місце в суспільстві, ті чи інші уявлення щодо норм поведінки, отже, виконували функцію соціальної реклами [25].

Аналогічний аналіз іншої категорії художніх фільмів засвідчив, що весь фільм, незважаючи на сюжет і жанр, може відігравати роль реклами, до прикладу, туристичної [26].

Таким чином, кіно виконує функцію реклами і в тому разі, коли у фільмах має місце Product Placement або фільм у цілому на рівні відеоряду або сюжету цілеспрямовано впливає на глядача із властивою рекламі метою.

Пов'язана з поняттям кінореклами екранна реклама. Про рекламу на екрані представники кіновиробництва говорили давно, ще за часів німого кіно, про що свідчить книга М. Бойтлера, датована 1926 р. «Реклама на екрані полягає в тому, що під час проєкції чергового сеансу вмикається експонування «ознайомчого» матеріалу. Цей тип повідомлення, хоча і є різновидом світлової реклами, має декілька властивостей і особливостей, що змушують розглядати його техніку окремо» [2, розділ X].

Крім того, що М. Бойтлер уважав рекламу на екрані світловою, «типом внутрішньої реклами». Відмінність екранного повідомлення від плакатної і фотографічної виставки в театрі автор — суттєва: «у випадку виставки воля глядача є «не зв'язаною», він може пройти повз експонованого матеріалу ..., але перебуваючи в залі, куди він зайшов з метою дивитись на екран, такий глядач буде змушений побачити все, що на цьому екрані відбувається» [2, розділ X].

Слід зазначити, що М. Бойтлер має на увазі лише рекламу інших фільмів, що сьогодні відповідало б поняттю кінотрейлерів. Ще одна її особливість у тому, що реклама, про яку писав Бойтлер, вклеювалась у кіноплівку, тобто знімалась або вироблялась окремо від фільму, була вмонтована безпосередньо у фільм, тобто поєднувала елемент накладеної реклами і реклами інкорпорованої. Таким чином, ця реклама на екрані у формальному сенсі не переривала фільму, адже, незважаючи на те, що знімалась окремо і потім вклеювалась до нього, була його складовою.

Нині екранна реклама, що накладається на фільм під час його демонстрації, використовує відео- та кіноплівку, цифрові носії і призначена для показу на кіноекранах та трансляванні на телебаченні. Різновидами її є: відеоролики, кіноролики, які можуть бути ігровими, натурними, анімаційними (мультиплікаційними). У будь-якому разі така екранна реклама має власний, автономний від фільму носій. На нашу думку, її можна визначити як ситуативну екранну рекламу.

Ситуативна (під час відеотрансляції) екранна реклама — це реклама, що має власний автономний (незалежний від тієї чи іншої кінострічки) плівковий або цифровий носій і може бути накладена тим чи іншим способом на (художній) фільм під час його кіно-, відео- та телетрансляції.

Відповідно до цього, під екранною рекламою розуміємо сукупність візуальної та візуально-акустичної реклами, яка призначена для демонстрації на кіно- і телеекрані. Екранна реклама містить телевізійну рекламу — рекламні ролики, флеш-ролики тощо, а також кіноролики, і рекламу, яка міститься в кінострічках (прихована) або художніх фільмах, знята з метою просування матеріальних (історичних, культурних, архітектурних об'єктів, елементи туристичної інфраструктури — готелі, лайнери, ресторани тощо) і нематеріальних (соціальних цінностей, образу життя, моральних норм, ідеологічних уявлень тощо) об'єктів.

У такому разі кінорекламу можна розглядати як вид екранної реклами, який має з останньою спільне тому, що проектується (у різний спосіб) на екран. Водночас, сама кінореклама має немало різновидів, залежно від жанру, способу і об'єктів рекламування. У будь-якому разі це реклама, яка міститься в самому художньому фільмі, інкорпорована в нього, не має власного автономного носія і не може бути відокремлена від фільму.

Висновки. На основі семантичного аналізу термінів «кінореклама» і «екранна реклама» та контенту, до якого застосовуються обидва терміни, автор дійшов певних висновків.

Терміном кінореклама можна позначити: а) рекламу у фільмі як Product Placement (інкорпоровану до фільму технологію просування бренда); б) власне рекламні кіноролики; в) художній фільм як носій певної ідеології (політична реклама); г) художній фільм як рекламу території (туристична реклама); д) художній фільм як рекламу певного способу життя і зразків соціально-схвальної поведінки (соціальна реклама). Виокремлення кінореклами як певного виду реклами здійснено на основі спільного матеріального носія — кіноплівки.

Поняття екранної реклами дещо ємкіше порівняно з поняттям кінореклами, оскільки, крім неї, містить також телевізійну рекламу в усьому розмаїтті форм останньої. Ознаку, що об'єднує всі її елементи, убачаємо в експонуванні (показу та трансляції) реклами — на екрані: кінотеатру, телевізора тощо — за допомогою спеціальної техніки і з використанням спеціальних технологій. Запропоновані в статті новації можна використати під час аналізу історії реклами та вирішення деяких питань правового регулювання реклами.

Список використаних джерел

1. Березовчук Л. Зрелищность в кино (к вопросу о содержании понятия) / Л. Березовчук // Киноведческие записки: Историко-теоретический журнал. — № 97. — 2010. — С. 139–180.
2. Бойтлер М. Реклама и кино [Электронный ресурс] / М. Бойтлер. — М. : Кинопечать, 1926. — 112 с. — <http://statja.ru/books/reklama-i-kino/10.html>. — Загл. с экрана.
3. Волошенко О. Кіно і глядач / О. Волошенко, С. Тримбач // Кіно Нариси української популярної культури. — Київ : УЦКД, 1998 — С. 233–244.
4. Гриценко Т. Б. Культурологія / Т. Б. Гриценко, С. П. Гриценко, А. Ю. Кондратюк. — Київ : Центр навч. літ., 2009. — 392 с.
5. Дашкова Т. Ю. Любовь и быт в кинофильмах 1930 — начала 1950-х гг. / Т. Ю. Дашкова // История страны, история кино. — М. : Знак, 2004. — С. 218–235.
6. Демедюк И. Социальная реклама [Электронный ресурс] / И. Демедюк. — Режим доступа: reklama.web-3.ru/social. — Загл. с экрана.
7. Еланская С. Н. Социально-философский анализ советского кинематографа как средства конструирования социальной реальности: дис. канд. филос. наук [Электронный ресурс] / С. Н. Еланская. — Тверь, 2004. — 213 с. — Режим доступа: <http://www.disscat.com/content/sotsialno-filosofskii-analiz-sovetskogo-kinematografa-kak-sredstva-konstruirovaniya-sotsialn#ixzz3GzFSEpvt>. — Загл. с экрана.
8. Игнатенко А. Очерки истории российской рекламы. Книга 3. Кинорынок и кинореклама в России. Рекламная кампания фильма «Потоп» / Александр Игнатенко. — СПб. : Алетейя, 2015. — 180 с.
9. Кино. Энциклопедический словарь. — М. : Советская энциклопедия, 1987. — 640 с.
10. Клейман Н. Современный музей — навигатор в пространстве мирового кино / Н. Клейман // Киноведческие записки. — № 99. — 2012. — С. 125–134.
11. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. — СПб. : «Коруна», 1994. — 698 с.
12. Малиношевська К. І. Особливості Product Placement в Україні / К. І. Малиношевська // Економіка та управління підприємствами. — № 1–2. — 2012. — С. 43–45.
13. Музыкант В. Л. Теория и практика современной рекламы / В. Л. Музыкант. — М. : Евразийский регион, 1998. — ч. 2. — 329 с.
14. Огурчиков П. К. Экранная культура как новая мифология (на примере кино) : дисс. ... д-ра культурологии : 24.00.01 / П. К. Огурчиков. — М., 2008. — 287 с.
15. Примак Т. О. Маркетингові комунікації / Т. О. Примак. — Київ : Ельга. Ніка-Центр, 2003. — 274 с.
16. Про рекламу : Закон України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.medialaw.kiev.ua. — Назва з екрана.
17. Ромат Е. В. Реклама / Е. В. Ромат. — Київ : «Студцентр», 1996. — 212 с.

18. Санакоєва Н. Д. Прихована реклама і Product Placement в Україні: сучасні тенденції та зарубіжний досвід / Н. Д. Санакоєва // *Young Scientist*. — №2 (17). — 2015. — С. 557–559.
19. *Словник української мови*. — Київ : Видав. центр «Просвіта», 2012. — 1316 с.
20. Тримбач С. Екранні медіа і нові технології в контексті сучасної доби / С. Тримбач // *Стратегії дослідження екранних медіа*. — Київ : ІМФЕ, 2013. — С. 12–48.
21. Тримбач С. Стратегії дослідження екранних медіа. Переднє слово / С. Тримбач // *Стратегії дослідження екранних медіа*. — Київ : ІМФЕ, 2013. — с. 3–10.
22. Туби С. Реклама в кіно [Електронний ресурс] / С. Туби. — Режим доступу: <http://g-2b.com/2b/article002.html>. — Загл. с екрана.
23. Уэллс У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Дж. Бернет, С. Мо-риарти. — СПб. : ЗАО «Изд-во «Питер», 1999. — 736 с.
24. Чміль Г. П. Екранна культура: плюральність проявів / Г. П. Чміль. — Харків : Крук, 2003. — 336 с.
25. Шевчук Ю. С. Радянське ігрове кіно як соціальна реклама // *Українська культура. Минуле, сучасне, шляхи розвитку* / Ю. С. Шевчук. — Вип. 19, Т. 2. — Рівне, 2013. — С. 105–110.
26. Шевчук Ю. С. Художнє кіно як туристична реклама // *Культура України: зб. наук. пр.* — Харків : ХДАК, 2014. — Вип. 45. — С. 215–224.

References

1. Berezovchuk L. Zrelishnost v kino (k voprosu o sodержanii ponyatiya) / L. Berezovchuk // *Kinovedcheskiye zapiski: Istoriko-teoreticheskiy zhurnal*. — № 97. — 2010. — S. 139–180.
2. Boytler M. Reklama i kino [Elektronnyy resurs] / M. Boytler. — M. : Kinopechat. 1926. — 112 s. — <http://statja.ru/books/reklama-i-kino/10.html>. — Zagl. s ekrana.
3. Volosheniuk O. Kino i hliadach / O. Volosheniuk, S. Trymbach // *Kino Narysu ukrainskoi populiarnoi kultury*. — Kyiv : UTsKD, 1998 — S. 233–244.
4. Hrytsenko T. B. Kulturolohiia / T. B. Hrytsenko, S. P. Hrytsenko, A. Yu. Kondratiuk. — Kyiv : Tsentр navch. lit., 2009. — 392 s.
5. Dashkova T. Yu. Lyubov i byt v kinofilmakh 1930 — nachala 1950-kh gg. / T. Yu. Dashkova // *Istoriya strany. istoriya kino*. — M. : Znak. 2004. — S. 218–235.
6. Demedyuk I. Sotsialnaya reklama [Elektronnyy resurs] / I. Demedyuk. — Rezhim dostupa: reklama.web-3.ru/social. — Zagl. s ekrana.
7. Elanskaya S. N. Sotsialno-filosofskiy analiz sovetskogo kinematografa kak sredstva konstruirovaniya sotsialnoy realnosti: dis. kand. filos. nauk [Elektronnyy resurs] / S. N. Elanskaya. — Tver. 2004. — 213 s. — Rezhim dostupa: <http://www.dissercat.com/content/sotsialno-filosofskii-analiz-sovetskogo-kinematografa-kak-sredstva-konstruirovaniya-sotsialn#ixzz3Gz> FSEpyt. — Zagl. s ekrana.

8. Ignatenko A. Ocherki istorii rossiyskoy reklamy. Kniga 3. Kinorynok i kinoreklama v Rossii. Reklamnaya kampaniya filma «Potop» / Aleksandr Ignatenko. — SPb. : Aleteyya. 2015. — 180 s.
9. Kino. Entsiklopedicheskiy slovar. — M. : Sovetskaya entsiklopediya. 1987. — 640 s.
10. Kleyman N. Sovremennyy muzey — navigator v prostranstve mirovogo kino / N. Kleyman // Kinovedcheskiye zapiski. — № 99. — 2012. — S. 125–134.
11. Kotler Philip. Osnovy marketynga / Philip Kotler. — SPb. : «Koruna», 1994. — 698 s.
12. Malinoshevska K. I. Osoblyvosti Product Placement v Ukraini / K. I. Malinoshevska // Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy. — № 1–2. — 2012. — S. 43–45.
13. Muzykant V. L. Teoriya i praktika sovremennoy reklamy / V. L. Muzykant. — M. : Evraziyskiy region. 1998. — ch. 2. — 329 s.
14. Ogurchikov P. K. Ekrannaya kultura kak novaya mifologiya (na primere kino) : diss. ... d-ra kulturologii : 24.00.01 / P. K. Ogurchikov. — M.. 2008. — 287 s.
15. Prymak T. O. Marketynhovi komunikatsii / T. O. Prymak. — Kyiv : Elha. Nika-Tsentr, 2003. — 274 s.
16. Pro reklamu : Zakon Ukrainy [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: www.medialaw.kiev.ua. — Nazva z ekrana.
17. Romat Ye. V. Reklama / Ye. V. Romat. — Kyiv : «Studtsentr», 1996. — 212 s.
18. Sanakoieva N. D. Prykhovana reklama i Rproduct Rlacement v Ukraini: suchasni tendentsii ta zarubizhnyi dosvid / N. D. Sanakoieva // Young Scientist. — №2 (17). — 2015. — S. 557–559.
19. Slovyk ukrainskoi movy. — Kyiv : Vydav. tsentr «Prosvita», 2012. — 1316 s.
20. Trymbach S. Ekranni media i novi tekhnolohii v konteksti suchasnoi doby / S. Trymbach // Stratehii doslidzhennia ekrannykh media. — Kyiv : IMFE, 2013. — S. 12–48.
21. Trymbach S. Stratehii doslidzhennia ekrannykh media. Perednie slovo / S. Trymbach // Stratehii doslidzhennia ekrannykh media. — Kyiv : IMFE, 2013. — s. 3–10.
22. Tubi S. Reklama v kino [Elektronnyy resurs] / S. Tubi. — Rezhim dostupu: <http://g-2b.com/2b/article002.html>. — Zagl. s ekrana.
23. Wells William D. Reklama: printsipy i praktika / William D. Wells, John Burnett, Sandra Moriarty. — SPb. : ZAO «Izd-vo «Piter». 1999. — 736 s.
24. Chmil H. P. Ekranna kultura: pliuralnist proiaviv / H. P. Chmil. — Kharkiv : Kruk, 2003. — 336 s.
25. Shevchuk Yu. S. Radianske ihrove kino yak sotsialna reklama // Ukrainska kultura. Mynule, suchasne, shliakhy rozvytku / Yu. S. Shevchuk. — Vyp. 19, T. 2. — Rivne, 2013. — S. 105–110.

26. Shevchuk Yu. S. Khudozhnie kino yak turystychna reklama // Kultura Ukrainy: zb. nauk. pr. / Yu. S. Shevchuk. — Kharkiv : KhDAK, 2014. — Вyp. 45. — S. 215–224.

■ UDC 791.43:659.1

Shevchuk Yu. S., external doctoral candidate, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv
j.shevchuk@yandex.ua

**ON THE CORRELATION OF THE NOTIONS «FILM ADVERTISING»
AND «SCREEN ADVERTISING»**

The aim of this paper is to analyze and compare the notions «film (movie) advertising» and «screen advertising».

Research methodology. The article provides a detailed examination of the main publications on the subject. The study investigates this issue by comparing these two notions and applying the semantic analysis of the terms «film advertising» and «screen advertising», the ideographic analysis and the visual content.

Results. The interconnection between «film advertising» and «screen advertising» is shown. It is emphasized that the term «film (movie) advertising» can be considered: a) the advertising as a Product Placement (the technology for brand promotion incorporated into the film); b) movie's clip advertising by itself; c) a feature film as a carrier of a certain ideology; d) a feature film as an advertisement of areas (tourism advertising); e) film advertising of a certain lifestyle and patterns of social and flattering behaviour (PSAs). It is noted that the notion of «screen advertising» is wider, because it includes the diversity of television advertising. There is a common feature for both notions that can be traced in the exposure character of advertising (show and broadcast) on the screen (movies, TV, etc.) using a special technique and technology.

Novelty. The paper is the first attempt for defining and comparing the notions «film advertising» and «screen advertising». The study has enabled a better understanding of the terms and has eliminated the ambiguity and lack of clarity in their use.

The practical significance. The suggested innovations can be useful in the analysis of the history and current position of advertising and in solving some legal regulation issues in advertising.

Keywords: advertising, film advertising, screen advertising.

Надійшла до редколегії 26.02.2016 р.

■ UDC 519.816

Yu. I. Larionov, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

DECISION MAKING UNDER UNCERTAINTY (DMUU) – LIMITATION OF CLASSICAL DECISION THEORY

The article describes the problem of applying the classical theory of decision making in the socio-cultural sphere under conditions of uncertainty (DMUU). The usage of four decision making criteria under uncertainty of Laplace, Hurwitz, Wald and Savage are compared. It is shown that different criteria are optimal for different situations. Typical limitations of mathematical, methodological and pragmatic nature of the classical theory of decision making are identified and described. The idea that the use of the results will increase the degree of certainty in decision making is substantiated.

Key words: decision making, the decision-maker, criteria, uncertainty.

Ю. І. Ларіонов, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ (DMUU) – ОБМЕЖЕННЯ КЛАСИЧНОЇ ТЕОРІЇ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

Розглядається проблема застосування класичної теорії прийняття рішень у соціально-культурній сфері в умовах невизначеності (DMUU). Порівнюється використання чотирьох критеріїв прийняття рішень в умовах невизначеності Лапласа, Гурвіца, Вальда і Севіджа. Показано, що різні критерії оптимальні для різних ситуацій. Типові математичні, методологічні та прагматичні обмеження класичної теорії прийняття рішень визначені й описані. Обґрунтовується ідея про те, що використання одержаних результатів дозволить підвищити ступінь визначеності під час прийняття рішень.

Ключові слова: прийняття рішень, критерії, невизначеність.

Ю. И. Ларионов, доцент, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ (DMUU) – ОГРАНИЧЕНИЕ КЛАССИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Рассматривается проблема применения классической теории принятия решений в социально-культурной сфере в условиях неопределенности (DMUU). Дается сравнение использования четырех критериев принятия решений в условиях неопределенности: Лапласа, Гурвица, Вальда и Севиджа. Показано, что различные критерии оптимальны для различных ситуаций. Определены и описаны характерные ограничения математического, методологического и прагматического

характера классической теории принятия решений. Обосновывается мысль о том, что использование полученных результатов позволит увеличить степень определенности в принятии решений.

Ключевые слова: принятие решений, критерии, неопределенность.

One basic problem of most people is making rational decisions in the face of uncertainty or incomplete knowledge as to the consequences of one's actions. Meeting uncertainty is a pervasive problem which appears in many areas of human endeavors. How to reduce uncertainty, how much to reduce it before acting, and what actions are reasonable in the face of uncertainty are the basic issues to be examined in this article.

Decision making in the class of problem situations that we would like to consider is in activity in which experiments are difficult to control, most interesting aspects cannot be measured precisely, general laws are completely lacking, each decision problem is viewed as unique, and the intuitive or «judgmental» application of subjective experience is the rule. To understand these problems, it is helpful to have as an overview, a conceptual structure, or model which will help to organize our ideas about decision making. This model considers a decision making as a process involving such steps as:

- analysis of the decision situation; that is, scanning the environment with the aim of recognizing and conceptualizing the decision problem, using both past experience and presently available information,
- deriving and implementing the decision,
- learning from the results of the decision how it should be modified and adding this to the knowledge to the reservoir of experience on which future decisions may draw.

The process is thus one of deciding, acting, and learning from the resulting experience how to act more effectively in the future. It pictures decision making as a dynamic process and suggests that one may regard decision making as the mechanism by which learning takes place.

We would like to formalize problem solving where decisions are made through determining whether or not an event fits in a certain «pattern» — by adding up evidence obtained from many small experiments or observations.

This clear and simple concept is important because most, and perhaps all, more complicated decision systems share a little of this character.

We shall assume that the decision problem is relatively well defined and somewhat repetitive in nature. In the real world many complex decision problems correspond to this paradigm. For example, control of economic processes, medical diagnostics and therapy, investment decision making, etc., all belong to this category.

Decision theory, also, can be used by management in the socio-cultural sphere for a variety of different decisions, including concert activities, organization of leisure, entertainment and so on, and also the activity that provides funding, logistics, training and retraining of personnel, information of support, location planning, production and service design, equipment selection.

In the present study we would like to consider an approach for handling this class of decision problem. But in doing so we shall make maximum use of existing concepts and past experience. Thus, we shall briefly outline the present state of the art in theoretical foundations underlying choices under uncertainty.

A person is faced with a decision problem if he is given:

- an objective or goal,
- a set of possible alternatives for achieving the objective,
- a test for verifying whether a given alternative is in fact a solution to his problem.

The test is usually accomplished by means of a performance criterion or an objective function.

The decision situation or state of nature is characterized by an information structure x . We define the state of a system (nature) at any given time as the information required to determine the behavior of the system from that time on. Sometimes we call x the space vector and the components of x are state variables, while the space X spanned by the vector x is called the space state. In most general terms the vector x is the information needed for decision making. For our purposes x is usually either a set of relevant problem features, or a set of observables characterizing decision situation, etc. All uncontrollable decision variables are also contained in x .

Let the symbol A denote the set of possible alternatives: $A = \{a_i\}$, $i = 1, \dots, m$. Broadly speaking, the decisions a_i include the configuration of all controllable variables in the system.

We define formally the decision problem $D(A, X)$ as the task of selecting the best alternative $a_i \in A$ corresponding to a given decision situation characterized by the information $x_j \in X$. Decision making, then, is the activity of solving the decision problems or the decision rule.

The decisions are supposed to be connected in some way to a set of possible outcomes. The choice among outcomes reflects a value judgment. Values must be associated with various outcomes which may result from the decision. Outcomes must be compared as to value, and a decision implies such a comparison; all outcomes must be compared to a common value scale.

The numerical value is assigned to outcomes by means of an index of performance or the objective function of the system. Thus to such

recognized action-state pair (a_i, x_j) a value u_{ij} is assigned by the objective function $U(A, X)$. The values u_{ij} are also called «payoff» or «utility» of the decision a_i when state of nature is x_j . We are now in a position to conceptualize the decision process. The abstract representation of the decision model is given by the equation

$$u_{ij} = U(a_i, x_j). \quad (1)$$

The procedure for deriving the decision from the decision model is the decision rule introduced below.

There are three different elements that should be considered in decision making: list of alternatives, known payoff (utility) for each alternative, and a set of possible future conditions for each alternative. There are three basic environments in which decisions need to be made:

- tasks under conditions of certainty;
- tasks under conditions of a probabilistic certainty (risk);
- tasks under conditions of uncertainty.

In the first case there is decision making in deterministic situations — it is assumed that all relevant information about the decision situation is known and there is a known deterministic connection between every decision and the corresponding outcome. The states of nature are specified and the outcomes of actions are assumed to be known in advance. Such decision problems are easily programmable, e.g., by decision table methods. But relatively few real-life decision problems fall into this category.

The second branch of decision theory deals with decision making under risk. Many problems of the real world can be formulated as risk problems. In this case the true states of nature or outcomes of one's actions are not known. However, the decision maker has some partial knowledge which can be expressed in terms of probabilities applicable to all states of nature or possible outcomes of actions. Most of classical decision theory deals with decision making under risk.

In many, perhaps most decision problems in the real world, the probability laws characterizing the decision situation are not known beforehand. In this case the decision maker is faced with uncertainty about the possible outcomes of his actions. The information needs for the design of optimal decision systems is not known a priori, or is only incompletely known and, in fact, for various reasons there may be no opportunity to acquire this information in advance. For example, the theory may not well understood, the effects of certain factors may not be known, the form of the functional dependence of performance upon some decision parameters cannot be estimated in advance, and so forth.

However, analysis have devised some decision rules to impart some objectively to the subjective decisions, provided decision-makers are able

to identify the possible 'states of nature'. Therefore, decisions taken under uncertainty are necessarily subjective and can estimate the outcome of each strategy. Some such important decision rules are discussed further. decision rules are discussed below

The four decision criteria that have been most seriously considered when facing uncertainty are the Laplace, Hurwicz α , Wald's minimax (or maximin), and Savage's minimal regret. All of these decision criteria assume the knowledge of a decision model $U(a, x)$, which assigns a unique utility value u_{ij} to the outcome of taking action a_i when the state of nature is x_j . It is usually also assumed that nature is indifferent toward the decision maker.

Laplace criterion (criterion of the mean) assigns an equal probability to all states of nature. Then the choice would fall to that course of action whose simple arithmetic average (or sum) of the utility values of outcomes is greatest. The basis of this criterion lies the «principle of insufficient reason».

Laplace criterion is also called as law of equal probabilities criterion or criterion of rationality, since probability of states of nature are not known it is assumed that all states of nature will occur in equal probability. i.e. assign an equal probability $q_1 = q_2 = \dots = q_n = 1/n$ and the Laplace criterion takes the form

$$L = \max_i 1/n \cdot \sum_j u_{ij} . \quad (2)$$

Hurwicz α criterion (optimism- pessimism coefficient). The subjectively determined index α assigns predetermined relative weights to the best and the worst of the possible results of each decision. That choice is taken which then has the highest weighted average of the best and worst of the possible results that can stem from a given decision

$$H = \max_i [\alpha \min_j u_{ij} + (1 - \alpha) \max_j u_{ij}]. \quad (3)$$

The Hurwicz α criterion is a criterion for decision making under complete uncertainty that represents a compromise between the Maximin and Maximax criteria. The α is a number between 0 and 1. In the special case where it is one, the criterion reduces to Maximin and in the special case where it is zero the criterion reduces to Maximax. The decision maker can set α to a number between zero and one according to his or her level of optimism.

By «Decision Making Under Complete Uncertainty» it is meant that a decision table is available. This means that it is known which alternatives are available, which states of nature are possible, and what utility each alternative would derive in each possible state of nature. The «complete » means that the probabilities of each state of nature occurring are unknown.

Wald criterion (maximax or maximin) is derived from Hurwicz criterion by setting $\alpha = 0$ or 1. In the former case we act as extreme optimists; in the latter case extreme pessimists. The maximin criterion ($\alpha = 1$) is a conservative approach for a decision which looks at the worst possible outcome for each alternative and selects that course of action which assures the best results for the worst conditions:

$$W = \max_i \min_j u_{ij}. \quad (4)$$

The maximax criterion ($\alpha = 0$) is that of a dedicated optimist. This decision maker will make his decision solely on the basis of the highest return offered through each of decisions. He selects that action which will maximize his maximum possible return with no regard for possible consequences.

Savage minimax regret(risk) criterion. This criterion suggests that what we might really worry about is how bad we might feel afterwards when we see what we might have done if we had only known enough to do the right thing. What is regret? The «regret» is determined for each state of nature by subtracting the largest utility in each column of the decision model (in matrix form) from all other utilities in that column:

$$r_{ij} = \max_j u_{ij} - u_{ij}. \quad (5)$$

The decision maker then applies the minimax principle by selecting the alternative with the smallest maximum, i.e., the lowest value of the worst regret (risk):

$$S = \min_i \max_j r_{ij}. \quad (6)$$

As a final comment we would like to note that, in general, for the same decision situations, different decision criteria will result in different courses of action to be selected. Different decision criteria may be optimal for different decision situations and it is not always easy to select the «right» criterion for a given decision problem. Thus a decision criterion for decision criteria is needed and classical decision theory gives us relatively little guidance in this problem.

To sum up, uncertainty is an important factor in decisions but there is no unique method of dealing with uncertainty. There are several ways of making decisions under the condition of uncertainty. None of the methods as described above lead to a flawless decision. However, they do add some degree of certainty to decision-making. The choice of method depends on the availability of necessary data and reliability of a method under different conditions.

We have seen that a decision maker who acts according to classical decision theory would proceed as follows. First, a decision model is constructed. Next, a decision optimization criterion is established. Finally, a course of action is chosen according to the selected decision rule.

At the outset it must be emphasized that the study and application of classical decision theory does not add to the amount of information available to the decision maker. In other words, it is not the purpose of classical decision theory to remove or reduce uncertainty from the decision process.

Classical decision theory suffers from three major limitations: mathematical, methodological, and pragmatic.

In principle, decision theory has some approaches available for almost any type of decision problem. In practice, however, the classical approaches become computationally complex when the number of decision variables become large. In other approaches, the decision model (in form of payoff, loss or regret matrix) is usually an inaccurate representation of reality when a large number of states is involved. Other difficulties of classical theory include:

- There seems to be a formal mechanism for handling those state variables which are fuzzy in nature and cannot be easily quantified.
- There are no adequate means for handling those problems where the objective function cannot be readily expressed in utility values or where the goals are fuzzy and exactly specified.
- No theory is available for filtering out relevant information for decision making from irrelevant data, except in very special cases.

The methodological difficulty encountered in applying classical decision theory techniques is that decision theory leaves out the formulation of an explicit decision model from the decision process. It tries to jump directly from the real-life situation to mathematical model, without investigating the nature of the mechanism of which the mathematical model is supposed to be a representation. A related problem is that of selecting a suitable decision criterion as we mentioned earlier. When facing structured uncertainty, for example, the decision maker has a choice of four criteria: Laplace (rational), Hurwicz (adventurous), Wald (cautious) and Savage (bad loser). Clearly, different decision criteria are optimal for different situations.

Perhaps the most serious deficiency of classical decision theory is that its decision schemes are static rather than dynamic. There are no formal ways of gradually improving or modifying the decision mechanism in the light of new information, as this information becomes available. Therefore, decision schemes developed with the use of orthodox decision theory are usually inefficient and suboptimal, and there is no way of optimizing them.

Observation of the managerial decision process suggests that its aim is to improve matters steadily, rather than to seek a rigorous optimum

initially. The reason for this is clear. The decision maker is not at all sure that he can find in his own understanding a conceptual model which really represents the situation he is trying to control, nor that he can specify the relationship within it, nor that he knows all the criteria of success.

By the way, any decisions developed on the basis of the analysis or the forecast better than decision made spontaneously, at random.

References

1. Azalbaeva F.Z. Risk i neopredelennost v prinyatiy upravlencheskih resheniy / F.Z. Azalbaeva, O.G. Karabanova, M.G. Krutalevich-Devaeva — Vesnik OGU, 2002, vyp. 4.
2. Derevyanko P.M. Otsenka proektov v usloviyah neopredelennosty / P. M. Derevyanko // http://www/cfn.ru/finanalysis/invest/fuzzy_analysis.shrtml.
3. Evlanov L.G. Teoriya i praktika prinyatiya resheniy / L.G. Evlanov — M. : Ekonomika, 1984, 176 s.
4. Kaufman A. The Science of Decision Making / A. Kaufman — McGraw Hill, N.Y., N.Y. 1968.

Надійшла до редколегії 25.02.2016 р.

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕННЯ АВТОРСЬКИХ ОРИГІНАЛІВ ДЛЯ НАУКОВИХ ЗБІРНИКІВ ТА УМОВИ ЇХ ОПУБЛІКУВАННЯ

Статті, які подаються до публікації в збірнику, готуються автором у двох форматах: надрукований на принтері текст та текстовий файл на електронному носіїві (USB-накопичувач «флешка»).

Зміст має відповідати профілю збірника. Обсяг статті зі списком літератури має становити 0,5 друк, арк., тобто 12 стор. тексту, надрукованого через 1,5 інтервали на аркушах стандартного (A4) формату.

Рукопис українською мовою подається в 1 примірнику, надрукованому на білому папері з однієї сторони аркушу (формат A4).

Розмір шрифту (кегель) — 14. Шрифт «Times». Береги по 25 мм.

Таблиці, графіки, формули, ілюстрації тощо виконуються у форматі сторінки A5 (бажано в графічних форматах).

На першій сторінці статті зазначаються індекс УДК (по лівому краю), ініціали та прізвище автора в називному відмінку (з нового рядка по правому краю), науковий ступінь, учене звання, посада, повна назва організації, де працює автор, місто, *e-mail* адреса, бажано номер *orcid*. На наступних рядках — назва статті; анотація, ключові слова *українською* мовою. Далі зазначити всі відомості про автора, назву статті, анотацію й ключові слова *російською та англійською мовами* (анотації — не менше 50 слів, 600-800 знаків, ключові слова — не менше 3 і не більше 10).

Основний текст статті повинен мати такі необхідні елементи: постановка проблеми; аналіз останніх досліджень та публікацій; мета статті; виклад основного матеріалу дослідження; висновки; перспективи подальших досліджень. Заголовки підрозділів статті виділяються жирним шрифтом. Після назви підрозділу статті ставиться крапка і продовжується текст самої статті.

Список використаних джерел виконується мовою оригіналу **в алфавітному порядку**, має наскрізну нумерацію. Подається транслітерація українських і російських джерел латиницею.

З нової сторінки — **резюме статті англійською мовою** (обсяг—250 слів або 1600-1700 знаків).

Статті підлягають редагуванню. На кожну статтю має бути **рецензія**.

Рукопис авторові не повертається.

Умови опублікування платні. Якщо автор не дотримуватиме хоча б одного правила оформлення, стаття не публікуватиметься.

ISSN 2410-5333



Наукове видання
Scientific edition

Вісник Харківської державної академії культури
Visnyk of Kharkiv State Academy of Culture

Серія: Соціальні комунікації
Series: Social Communications

Збірник наукових праць
Scientific Papers

Випуск 48
Issue 48

Редактори:
Л. Ф. Торбовська
Ю. М. Заклінська
А. А. Троян

Художній редактор
І. Р. Акмен
Комп'ютерна верстка
С. В. Яшиш

Підписано до друку 13.05.2016 р. Формат 60x84/16.
Гарнітура «Times». Папір для мн. ап. Друк. ризограф.
Ум. друк. арк. 15,35. Обл.-вид. арк. 14,94. Наклад 500 пр. Зам. №

Адреса редакції і видавця:
ХДАК, 61057, м. Харків, Бурсацький узвіз, 4
Друкарня ТОВ «ТІМ ПАБЛІШ ГРУП»
Україна, 61124, м. Харків, пр. Гагаріна, 129