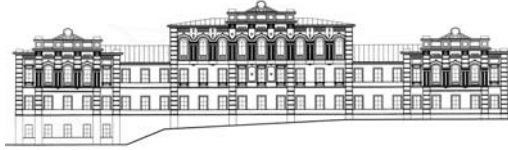


ISSN 2410-5333 (print)
ISSN 2522-1132 (online)

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 Journal

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

Засновано в 1999 р.
Founded in 1999.

Випуск 54
Issue 54

Харків, ХДАК, 2019
Kharkiv, KhSAC, 2019

Засновник і видавець — Харківська державна академія культури

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ №13567-2541Р 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 № 8 від 29.03.2019)

Збірник поданий на порталі Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського в ін-
формаційному ресурсі «Наукова періодика України», у реферативних базах «Україніка на-
укова» та «Джерело». Індукується в наукометричних базах «WorldCat», «Index Copernicus»,
«РИНЦ» та в пошукових ситемах «Google Scholar», «BASE».

ХДАК є представленим учасником PILA.

Founder and publisher — Kharkiv State Academy of Culture

Certificate of state registration of printed mass media, series KB №13567-2541P of 26.12.2007

Approved by the Ministry of Education and Science of Ukraine № 1328 of 21.12.2015
as a Specialist Social Communications Publication

Recommended for publication by the decision of the Academic Board
of the Kharkiv State Academy of Culture (record № 8, 29.03.2019)

The journal is submitted to the portal of Vernadsky National Library of Ukraine in the information
resource “Scientific Periodicals Ukraine”, in bibliographic databases “Ukrainika scientific” and
“Dzherelo”. Indexed in the bibliographic databases “WorldCat”, “Index Copernicus”, “Russian
Science Citation Index” and in academic search engines “Google Scholar”, “BASE”.

KhSAC is the Sponsored Member of PILA.



Статті, подані до редакції, рецензуються членами редколегії та зовнішніми незалежними
експертами. Редакція здійснює перевірку статей за допомогою онлайн-сервісів пошуку пла-
гиату Unicheck та strikplagiarism.com

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

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

Вісник Харківської державної академії культури. Серія: Соціальні кому-
нікації: зб. наук. пр. / М-во культури України, Харків. держ. акад. культури;
за заг. ред. В. М. Шейка. — Харків: ХДАК, 2019. — Вип. 54. — 186 с.

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.

In a scientific journal discusses the methodological, historical, theoretical, methodological
and organizational problems of information, library operation; current trends in the development
of Informatics and Sciences of social communications.

For researchers, teachers, graduate students, postdoctoral students, employees of fields
of information and social communications activities.

Головний редактор

Шейко В. М., д-р іст. наук, проф., дійсний член Національної академії мистецтв України, ректор, Харківська державна академія культури.

Заступник головного редактора

Кушнарєнко Н. М., д-р пед. наук, проф., проректор з наукової роботи, Харківська державна академія культури.

Відповідальний секретар

Булах Т. Д., д-р наук із соціальних комунікацій, доц., Харківська державна академія культури.

Редакційна колегія

Серія: Соціальні комунікації

Асєєв 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;

Ельбєсхаузен Х., д-р філософії, доц., Королівська школа бібліотекознавства та інформатики Університету Копєнгагена (Данія);

Кобєлев О. М., д-р наук із соціальних комунікацій, доц., Харківська державна академія культури;

Кулєшов 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;

Лорєнз Б., д-р філософії, доц., Університет прикладних наук у галузі державного управління і правових питань (м. Мюнхен, Німєччина);

Лосєвський І. Я., д-р філол. наук, доц., Харківська державна наукова бібліотека ім. В. Г. Короленка;

Мазур П., д-р пед. наук, проф., Державна вища профєсійна 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;

Сєнченко М. І., д-р техн. наук, проф., Книжкова палата України;

Соляник А. А., д-р пед. наук, проф., Харківська державна академія культури;

Столяров Ю. М., д-р пед. наук, проф., Московський державний ін-т культури, гол. наук. співробітник Наукового центру досліджень книжкової культури Російської акад. наук (Росія);

Філіпова Л. Я., д-р пед. наук, проф., Харківська державна академія культури;

Швєцова-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;

Editor-in-Chief

Sheyko V. M., Doctor of Historical Sciences, Professor, an Academician of the National Academy of Arts of Ukraine, Rector, Kharkiv State Academy of Culture.

Deputy Editor-in-Chief

Kushnarenko N. M., Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Vice Rector for Research, Kharkiv State Academy of Culture.

Executive Editor

Bulakh T. D., Doctor of Sciences in Social Communications, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture.

Editorial Board

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 L. 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);

Losiievskiy 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 Chełm (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;

Ryzhanova 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;

Solianykh 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.

ЗМІСТ

Розділ 1. Теорія та історія соціальних комунікацій

Part 1. Theory and History of Social Communications

О. А. Телеп (O. A. Telep)

Discursive Research Directions of Social Communications: in Search of an Integral Basis for Modelling Communication

Processes (Дискурсивні напрями досліджень соціальних комунікацій:

у пошуках інтегральної основи для моделювання

комунікативного процесу) 8

Н. І. Кучина (N. I. Kuchyna)

Правова база діяльності клубних закладів України

(Legal Base of Activities of Clubs of Ukraine) 18

Г. А. Вербицька (H. A. Verbytska)

Соціально-комунікаційна діяльність еліт: еволюція наукових поглядів у контексті розгляду триади «влада (technai)» – «обчислення (logismos)» – «міра (metron)»

(Social and Communication Activities of the Elite: the Evolution

of Scientific Views Considering the Triad “Power (Technai)” –

“Calculations (Logismos)” – “Measure (Metron)” 30

Розділ 2. Теоретико-методологічні засади книгознавства,

бібліотекознавства та бібліографознавства

Part 2. Theoretical and Methodological Foundations of Book Science,

Library Science and Bibliography

Н. А. Коржик (N. A. Korzhyk)

Бібліотерапевтичний інструментарій сучасної публічної бібліотеки

(Bibliotherapeutic Range of Tools for Modern Public Libraries) 41

Hans Elbeshausen (X. Ельбешгаузен)

The Internationalization of Public Libraries – a Danish Case Study

(Інтернаціоналізація публічних бібліотек (на прикладі Данії)) 53

О. М. Кобелев (A. M. Kobelev)

Інформаційно-аналітичний сервіс як вектор розвитку

сучасних бібліотек (Data Analytics Service as a Vector

of Development of Modern Libraries) 62

М. О. Шевченко (M. O. Shevchenko)

Критерії відбору документів для оцифрування історико-культурної

спадщини України (Document Selection Criteria for Digitizing

the Historical and Cultural Heritage of Ukraine) 73

В. О. Ярута (V. O. Yaruta)

Курс «Електронні архіви»: практика викладання

(Course «Electronic Records Management»: Practice of Teaching) 82

К. О. Темчур (K. O. Temchur)

Бренд бібліотеки в системі територіального брендингу

(Brand of Libraries in the System of Territorial Branding) 92

Розділ 3. Журналістика та засоби масової інформації

Part 3. Journalism and Mass Communication

I. P. Kovalenko (І. П. Коваленко)

Journalistic Objectivity in the Process of Political Elections

in the Conditions of Democracy (Чинник об'єктивності журналістської інформації в процесі політичних виборів в умовах демократії) 101

K. O. Temchur (К. А. Темчур)

Conflict Discourse in Ukrainian Media During the Russian

Aggression in the Azov Sea (Конфліктний дискурс українських

медіа під час агресії Росії в Азовському морі) 108

Розділ 4. Прикладні соціокомунікаційні технології

Розділ 4. Applied Communication Technologies

V. O. Osaula (V. O. Osaula)

Соціальна реклама як сфера інтересів українських науковців

(Social Advertising as a Domain of Interest of Ukrainian Scientists)..... 117

S. S. Rostovtsev (С. С. Ростовцев)

Branding of Ukraine as a Tourist Destination (Брендинг України

як туристичного напрямку) 126

V. M. Sheyko (V. M. Sheyko)

Інтелігенція і влада в часи Української Революції 1917–1921 рр.:

історіографія за окремими сферами культури (The Intelligentsia and the Authorities During the Ukrainian Revolution of 1917–1921:

Historiography of Definite Fields of Culture)..... 135

S. I. Lyman, M. V. Fomin (S. I. Lyman, M. V. Fomin)

Кафедра туристичного бізнесу Харківської державної

академії культури за перші п'ять років існування (2013–2018)

(The Department of Travel Business of The Kharkiv State Academy of Culture in the First Five Years of Existence (2013–2018) 150

A. O. Soshnikov (A. O. Soshnikov)

Музеалізація як процес перетворення речі на музейний предмет

(Museulization as a Process of Transforming a Thing into a Museum Subject) 161

T. I. Yampol (T. I. Yampol)

Інноваційні методи в діяльності Рубіжанського музею

(Луганщина) (Innovative Methods in the Activities of the Rubizhne Museum

(Luhansk Region))..... 169

Розділ 5. Рецензії

Part 5. Reviews

Ye. M. Todorova (Ye. M. Todorova)

Взаємозв'язок бібліографії та мистецтва

(Interconnection of Bibliography and Arts) 178

Правила оформлення авторських оригіналів для наукових

збірників та умови їх опублікування 184

Розділ 1
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
Part 1
THEORY AND HISTORY OF SOCIAL COMMUNICATIONS

■ <https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.01>

УДК 316.77: 81'33

O. A. Telep, lecturer, Uzhgorod College of Culture and Arts, Uzhgorod

oksi17uz@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7924-9121>

DISCOURSE RESEARCH DIRECTIONS OF SOCIAL COMMUNICATIONS: IN SEARCH OF AN INTEGRAL BASIS FOR MODELLING COMMUNICATION PROCESSES

The spread of discursive researches of social communications is considered from the point of view of the growing role of communication interaction in society. The article uses the principle of discursivity as a possibility of organization and systematization of theoretical and institutional directions of social communication research of communication process in various spheres of social activity. It identifies the tendency and practical importance of integrative manifestations of the communication process in various social subsystems in the media age.

Keywords: *social communications, theoretical discourse, institutional discourse, communication process, communication model, integration trend.*

O. A. Telep, викладач, комунальний вищий навчальний заклад «Ужгородський коледж культури і мистецтв» Закарпатської обласної ради, м. Ужгород

ДИСКУРСИВНІ НАПРЯМИ ДОСЛІДЖЕНЬ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ: У ПОШУКАХ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОСНОВИ ДЛЯ МОДЕЛЮВАННЯ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОЦЕСУ

Актуальність. Актуальність вивчення дискурсів соціально-комунікаційного знання зумовлена швидким розвитком процесів інформатизації та медіатизації суспільства, що призвело до багатьох неочікуваних змін в організації суспільного життя.

Мета статті. Аналіз дискурсивності наукових досліджень комунікаційного процесу як необхідного етапу формування інтеграційних комунікаційних моделей в умовах медіа простору.

Методологія. Постанова і розгляд комунікаційного процесу базується на використанні історико-еволюційного, інституціонального та інжинірингового підходів. Методом аналізу моделей соціальної комунікації обрано дискурсивний метод, що дозволяє розглядати існуючі моделі в єдності комунікативної ситуації, завдань інституціональної сфери комунікаційної діяльності, складових комунікаційного процесу.

Результати. Під час розгляду різних напрямів соціально-комунікаційної теорії сформовано уявлення про теоретичні та інституціональних дискурсів моделювання комунікаційного процесу. Визначена теоретико-методологічна залежність комунікаційного моделювання від великої кількості дисциплін, у межах якої відбувається вивчення феномену комунікація і комунікаційний процес. Крім того, означено вплив інституалізації різних сфер соціальної діяльності де комунікаційні зв'язки набули значного розвитку, що стало ознакою формування особливих комунікаційних ситуацій в кожній з них. Тобто йдеться про політичний, релігійний, економічний, педагогічний, бізнесовий, управлінський, виробничий, науковий, науково-інформаційний, бібліотечний та інші інституціональні дискурси.

Новизна. Визначена тенденція і обґрунтовано важливість використання інтегративного тренду розвитку моделювання комунікаційного процесу в умовах медіа-простору.

Практичне значення. Завершення дослідження про інтеграційні тенденції у сфері моделювання комунікаційного процесу надасть змогу фахівцям різних комунікаційних структур та підсистем суспільства використати потенціал загальнотеоретичних розробок стосовно різних властивостей комунікації. Практичне значення встановлення констант та перемінних комунікаційного процесу визначає методичні можливості для інжинірингу комунікації в різних комунікативних ситуаціях.

Висновки. За останні роки спостерігається формування полідискурсивної сфери досліджень комунікації та комунікаційного процесу, узагальнення теоретичних описів феномену та його складових. Віднайдено наявність теоретичного дискурсу вивчення комунікаційного процесу, що створюють необхідні підвалини аналізу комунікації та подальшого розвитку теорії соціальних комунікацій, а також інституціонального дискурсу, що використовує теорію для створення моделей комунікації.

Ключові слова: *соціальні комунікації, теоретичний дискурс, інституціональний дискурс, комунікаційний процес, комунікаційна модель, інтеграційний тренд.*

О. А. Телеп, преподаватель, коммунальное высшее учебное заведение «Ужгородский колледж культуры и искусств» Закарпатского областного совета, г. Ужгород

ДИСКУРСИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ: В ПОИСКАХ ИНТЕГРАЛЬНОГО ОСНОВАНИЯ ДЛЯ МОДЕЛИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОЦЕССА

Распространение дискурсивных исследований социальных коммуникаций рассматривается с точки зрения возрастающей роли коммуникативного взаимодействия в обществе. Используется методическое значение понятия «дискурс» как возможности организации и систематизации теоретических и институциональных направлений исследования социальной коммуникации в различных сферах социальной деятельности. Определены тенденции и практическую значимость интегративных проявлений процесса общения в различных социальных подсистемах в эпоху медиа.

Ключевые слова: *социальные коммуникации, теоретический дискурс, институциональный дискурс, коммуникационный процесс, коммуникационная модель, интеграционный тренд.*

Of particular interest today the is study of discourses of social communication owing to the rapid development of informatization and mediatization of society, which brought about many sudden changes in the organization of public life. The importance of studying the communicative aspects of social life and the functioning of all subsystems of society is determined by the need to establish relationships between people to solve personal, industrial, professional and other social problems. Communication process and models of this process attract the attention of scientists and practitioners who are aware of the importance of improving communication practices.

The theory of social communication has created an interdisciplinary research field. The researchers note that its emergence and development was a response to the public need to explain the growing role of communication in society. The scientific origins of the theory are well studied, but today we see a further expansion of interest of representatives of different sciences in the phenomenon of communication, communication activities and communication processes. This creates a problem situation, the solution of which can give answers to questions about of the use of social communication approach in various fields of communication, modeling of the communication process in different areas of activity.

The article aims at the analysis of the discoursiveness of scientific research of the communication process and its implementation in practical recommendations. The aim of the article aim corresponds with the deepening of the theory of social communications and creates the necessary prerequisites for improving the choice of communication models in any field, taking into account the trends in the development of the communication sphere of society. Besides, the importance of the exploration of the general theoretical aspects of social communications is recognized by many theorists of social communication, in particular, A. Sokolov, O. Kholod, V. Ilganayeva, O. Trischuk, D. Prokop, V. Ryzun, G. Pocheptsov. Since the adoption of a new scientific field “social communication” in Ukraine (2006), the formation of new discourses of social communication theory has developed rapidly (Rizun, 2008, p. 195-197). The interest in the social communication aspects of activities has increased significantly. This enriched not only the knowledge of social communication but gave it great practical potential.

All this makes it possible to identify the methodological need for the consideration of the concepts of “discourse” and “discoursiveness”. The concept of “discourse” in modern science means a stable, scientifically defined

tradition of cognition, reproduction of methodology, and research methods of the studied objects. It was this understanding of discourse that ensured its use for the study of the development of science and scientific fields, the systematization of the structural organization of scientific disciplines, comparative studies of the state and content of scientific research.

The ambiguity of the discourse concept requires certain restrictions in its use in accordance with the objectives of our article. First, we understand the discourse as a direction that is expressed in the proceedings of the communication process and discussions of its features in certain communicative situations, due to different socio-cultural circumstances of the activity. Secondly, we understand it as an action regarding the communication process and the basis of the organization of communication interaction in certain areas of public life. Third, we support the idea of N. Kuznetsova that reflection does not reproduce the practice but it is built over it, following its genesis trajectory and development trends (Kuznetsova, 1987).

The research objectives do not include the study and analysis of the phenomenon of discoursiveness of scientific research. Taking into account the previous studies, we note that discoursiveness is already recognized in the theories of social communications presented in various theoretical approaches and theories. We can describe different research discourses of communication and communication process as a reflection of its manifestations in various spheres of social life and activity. This idea is based on the theory of social communication and its interdisciplinary connections. The analysis of various types of communicative discourses is described, in particular, in (Tsymbolenko, 2007).

Historical research provides an important basis for understanding communication. Representatives of different countries and scientific disciplines used historical and historical-cultural analysis (M. Macluhan, D. Prokop, V. Pisarek, D. Mersch, A. Sokolov). In historical and evolutionary studies of social communication discourse analysis allows us to stay within certain values that create methodological approaches and methods of scientific direction of social communication. In addition, periodically there are situations providing the choice of the forms of implementation of the theory in the practice of communication interaction, to ensure its effective passage and achieve the planned result. In attempts to find common constants, and the essential features of communication as a separate type of social interaction this position brings together representatives of different communicative discourses of mass media, journalism, librarianship, and scientific information (V. Ilganayeva, V. Ryzun, D. Prokop, and others).

Significant research of new discourses of communication phenomena of the information age in Ukraine has been done in the works of M. Slobo-

dyanyk, N. Kushnarenko, A. Solyanyk, V. Ilganayeva, V. Vladymyrov, L. Dubrovina, M. Senchenko, A. Onishchenko, A. Shemaeva. They formed a solid basis for further development of communication information models in the librarianship. There is an example of consideration of speech, written, documentary, information, cognitive, and digital discourses of social communication. This approach is used by N. Moiseeva who studied social communication activities as a historical and social practice (Moiseeva, 2015). This became possible due to the establishment of stable relations with the sociological sciences and their methodology, which significantly expands the possibilities of studying communication phenomena in the context of informatization of society and institutionalization of the sphere of information activity. Scientific and information and information communication discourses are formed on this basis.

Fundamental principles in the field of science and information were formed by Ukrainian experts (Trischuk, 2009; Shemaeva, 2000). O. Trischuk proves that science and information discourse is a socio-communicational practice, formed by the scientific community. It regulates the state of consciousness and communicators' strategy of behavior.

Sociological discourse is a powerful source of concepts, ideas, and models that reflects communication and communication processes in society. The sociological discourse includes communication phenomena of different nature. First of all, this area of research developed ideas about the features of interpersonal communication and interaction. They developed within the framework of psychology, psychoanalysis, neurolinguistic programming, medical practices, etc. In his work "Social communications: development trends" O. Kholod provides some examples of the development of research in this area (Kholod, 2018).

Linguistic sphere as a discursive research direction of social communication and communication process that has led to the emergence of a new method of learning the language, texts, documentary streams, information and communication processes. Interdisciplinary interaction has created conditions for the formation of psycholinguistic, psychological discourses and socio-psycholinguistic discourses. These research directions of social communication are considered in the works of Ukrainian researcher (Kholod 2018; Kholod, 2010). The author proves the necessity of using methodological, methodical, conceptual provisions of sociolinguistics and psycholinguistics in the formation of applied research of communication interaction, in particular in the field of mass media communication and journalism. An integral understanding of the phenomenon within the framework of linguistics, philology, psycholinguistics, socio-psycholinguistic, and journalism was formed thanks to the linguistic achievements in the

comprehensive analysis of the nature, properties, contents of the discourse concept.

It is appropriate to add the *process discourse* to the list of theoretical discourses that consider communication as a process. This caused the emergence of numerous models of social communication. In particular, we can speak of information, information and communication, social communication theoretical concepts of library communication. They become the basis for the development of information communication models of interaction between libraries, library professionals and users. A number of studies were conducted in the context of the spread of social communication direction of library research. Mostly they studied socio-cultural context of the formation of the communication process in the library sphere, characteristics of the participants of communication interaction, characteristics of the communication components, both in the libraries between librarians and readers, and beyond the libraries between social actors of communication (other libraries, media, public organizations, suppliers of information resources, publishers, museums, and archives). The model range of the communication process has been significantly expanded by the practical orientation of the theory, aimed at the development of the strategic objectives of modernization of both the library sphere and services for the information support of society.

It is important to mention *the ethical discourse* which emerged in the search for the balanced relations in the communication space of our time, and has become a general humanistic discourse of social relations that covered not only humanities but also became a guideline for solving problems of natural sciences such as scientific ethics and the like. We can name some famous work of J. Habermas, A. MacIntyre concerning this topic. Obviously, the above mentioned theoretical discourses of the study of the phenomenon of social communication and communication process do not use all available research areas. The theoretical discourse of the study of communication process that was mentioned and has already received wide recognition and practical use, are supplemented by elite communication (Pisarek, 2008, p. 98).

Since the early the 21st century, there has been a need for practical development and modeling of the organization of communication activities in the context of the global information space. In the information age, information has been incorporated into the productive forces of society and has acquired the importance of economic growth of countries. The interest in communication discourse has spread significantly at different levels of official and public international activities. International communication has become the object of extensive research, which formed the background of international communication discourse, combining the formation of a new

social institution, its structure and functions, the peculiarities of intercultural interaction, cross-border media systems, and communication leadership in the global media space.

Globalization issues of economic life of society, the development of information economy, trends in transition to knowledge society have formed *the economic discourse* of communication where information is presented as an object of labor, and communication as means of improvement of economic relations. All this has created a basis of theoretical developments and modeling of information and communication relations. *The economic and production discourse* is embodied in the works concerning the solution of problems of functioning and development of the production relations, improvement of the quality of production activity, introduction of innovations, and establishment of communications with partners and so on. The discourse of business communications emerged in the frames of the production discourse, but soon became an independent area of communication study and modeling. We can also add organizational and communication discourses, which emerged on the background of studies of communication interaction in corporations and various social institutions. Communication has become one of the important tools of organizational management, which help to solve internal organizational conflicts, to consolidate the team, to unite employees for collective decision-making, etc.

The sphere of *educational discourse* was also marked by new aspects of information education, formation of information and communication educational systems, communication competencies of teachers, communication technologies of education and so on.

In the process of recent research, another new communicative discourse was formed, namely *political communication*. Information influence models used in military-political conflicts were created on the basis of the tasks of influence on the consciousness of the enemy, the formation of false messages in the press and the Internet, the media support of cognitive dissonance in the audience. All this was aimed at influencing decision-making in the desired direction, changing people's behavior. Many researchers analyzed the situations of information war, the characteristics of the participants, principles of content formation and the form of its representation (Pocheptsov, 2000).

Medical discourse, perhaps one of the newest, is in its infancy. Certain aspects of medical communications and interaction between participants of therapeutic, recreational, pharmacological, medical-technological and educational medical activities are already formed in the research frame. The main issues are: 1) the communicative competence of doctors and representatives of medical management; 2) language communication skills of doctors and patients; 3) the interaction skills between medical sphere and authorities; 4) medical computer communication.

Legal discourse is one of the most rapidly developing discourses. It borrows the basic theoretical concepts of the theory of social communications and related disciplines for the formation of branch approaches to the representation of the communication process in the field of law and legal practice.

The sphere of *the religious discourse* has a long history. The constancy of religious socio-communication discourse is described in the work of O. Kholod (2018, p. 38). Also, many researchers note that communication process, the choice of communication models are studied within the framework of the religious discourse, as well as the types and functions of communication within the interaction between the Church and society.

In this context, we should mention *the advertising and marketing discourse* that covers advertising, public relations, and electoral technologies. It has opened the hidden possibilities of controlled influence on the audience aimed at gaining profits and form relationships with users of products and services.

Art discourse is quite confidently recognized in the theory of social communications. The most important aspect of research in this area is the language of art, which creates a space for communication with audiences. The works of many specialists, communication theorists, linguists, culturologists, philosophers of communication and language deal with the study of the language of art (Y. Lotman, J. Le Goff, P. Berger, T. Luckmann). The language of theatre is considered by Polish researcher O. Synovec, who argues that theatre is a communication tool in the contemporary cultural situation, referring to important concepts of the worldview that provides national identity, using the universal codes of culture (Synovec, 2015, p. 119-121). It should be noted that the spheres of musical, theatrical, artistic communication have acquired significant development and implementation in recent years. All the above mentioned discourses have already acquired strong signs of institutionalization.

Conclusion. Of course, the article does not cover all theoretical and institutional directions of research of communication and communication process in various spheres of social activity and living space of modernity. But in our opinion, only in recent years, there has been the formation of the polydiscursive research field of communication and communication process, generalization of theoretical descriptions of the phenomenon and its components, the search for solutions to numerous theoretical and practical issues. This creates a stable trend of development of the theory of social communication and practical aspects of its use in various spheres of social activity.

We connect communicative institutional discourses with various social spheres where communication takes place and where it falls under scientific and theoretical consideration. We speak of political, religious, economic, educational, business, management, industrial, scientific information, library, and institutional discourses. We have found that institutional discourse defines the characteristics of the type of social institution in which research is conducted. This creates the necessary prerequisites for the search for generalizing features of the communication process and the choice of its models in the new state of the media space of society. The potential of modern communication technologies, their integrated channels, and communication systems have created new conditions for establishing effective communication relations between the participants of the communication process in any public communication situation.

However, there are still many open questions concerning the choice of appropriate models of communication behavior in various socio-cultural subsystems, without exception, as communication is a factor of social development in the era of media. Appropriate models, which consider the mechanisms of influence on thoughts, emotions and motives of communicators' behavior, have already appeared. The study of emotional intelligence and collective consciousness can be named in connection with this direction. We also may see a growing trend of the importance of knowledge, included in the information and communication networks in cognitive and communication form. Therefore, an important trend in the study of the communication process is the definition of integrative aspects of the manifestations of the communication process in various social subsystems, associated with the new socio-communicative situation in the general socio-cultural space.

References

- Rizun, V. (2008). *Theory of mass communication*. Prosvita: Kyiv. [In Ukrainian].
- Kuznetsova, N. (1987). *Scientific reflection as an object of historical and scientific analysis*. Retrieved from <http://psylib.org.ua/books/refkult/txt04.htm> [In Russian].
- Tsymbalenko, Y. S. (2014). Theories, models, concepts of mass communication and media communication. *Social communication: the results of studies*. KNUCA, Kyiv. pp. 93-133. [In Ukrainian].
- Moiseeva, N. I. (2015). *Social communication activities as historical and social practice*. Publishing House "Fedorko", Kharkov. [In Ukrainian].
- Trishchuk, O. V. (2009). *The Phenomenon of scientific and information discourse in the field of social communications*. Retrieved from <http://library.univer.kharkov.ua/OpacUnicode/index.php?url=/notices/index/IdNotice:570850/Source:default> [In Ukrainian].

-
- Shemaeva, G. V. (2000). *Transformation industry information-library system in the conditions of Informatization (ths case of the industry of veterinary medicine)*. Retrieved from https://www.br.com.ua/referats/dysertacii_ta_autoreferaty/130369-7.html [In Ukrainian].
- Kholod, O. M. (2018). *Social communications: development trends*. Publishing House “White Tiger”, Kyiv. [In Ukrainian].
- Kholod, O. M. (2010). *Social communications: socio-and linguistic analysis*. Kyiv University; Ukrainian Association of psycholinguists, Kyiv. [In Ukrainian].
- Pisarek, W. (2008). *Wstęp do nauk o komunikowaniu, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne*. Warszawa. [In Polish].
- Potcheptsov, G. G.(2000). *Information wars*. Wakled. Kyiv. [In Russian].
- Synovec, O. (2015). Performances of memory — the language of theater as a tool of communication in the discourse of Polish history. *Social communications: research results*. KNUCA, Kyiv. pp.113-123. [In Ukrainian].

Надійшла до редколегії 05.03.2019 р.

https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.02

УДК 379.821:34](477)(045)

Н. І. Кучина, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри культурології та музеєзнавства, Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне

kotykh@ukr.net

https://orcid.org/0000-0003-4556-4574

ПРАВОВА БАЗА ДІЯЛЬНОСТІ КЛУБНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ

Проаналізовано чинні нормативно-правові акти (Конституцію України, основи законодавства України про культуру, постанови Кабінету Міністрів України щодо закладів культури клубного типу державної (комунальної) форм власності, накази Міністерства культури України), якими керуються у своїй діяльності клубні заклади України. Для зручнішого викладу матеріалу всі складові правового поля закладів культури клубного типу систематизовано за ступенем впливу — права база безпосереднього та опосередкованого впливу. Виявлено недосконалості чинної правової бази, які полягають у відсутності чіткого правового механізму, спрямованого на адаптацію діяльності й відповідність закладів культури новим соціально-економічним реаліям.

Ключові слова: *заклад культури клубного типу, правове забезпечення діяльності клубних установ.*

Н. И. Кучина, кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент кафедры культурологии и музееведения, Ровенский государственный гуманитарный университет, г. Ровно

ПРАВОВАЯ БАЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КЛУБНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ УКРАИНЫ

Проанализированы действующие нормативно-правовые акты (Конституция Украины, основы законодательства Украины о культуре, постановления Кабинета Министров Украины относительно учреждений культуры клубного типа государственной (коммунальной) форм собственности, приказы Министерства культуры Украины), которыми руководствуются в своей деятельности клубные заведения Украины. Для более удобного изложения материала все составляющие правового поля учреждений культуры клубного типа систематизированы по степени влияния — правовая база прямого и косвенного влияния. Выявлены несовершенства действующей правовой базы, которые заключаются в отсутствии четкого правового механизма, направленного на адаптацию деятельности и соответствие учреждений культуры новым социально-экономическим реалиям.

Ключевые слова: *учреждение культуры клубного типа, правовое обеспечение деятельности клубных учреждений.*

N. I. Kuchyna, Candidate of Sciences in Social Communications, Associate Professor of Department of Cultural Studies and Museology, RSHU, Rivne

LEGAL BASE OF ACTIVITIES OF CLUBS OF UKRAINE

The aim of the article is to analyze the current legal base of clubs in Ukraine.

Research methodology. A set of such methods is used: analysis and synthesis of empirical material; systematization; comparison and generalization to determine the main features of the legal support of activities of clubs of Ukraine.

Results. The activities of club-type cultural institutions take place in the legal field, the structure of which includes the Legislative acts and regulatory documents of the authorized law-making bodies of the country. Pointing to the importance of the development of culture as the basis of the spirituality of the nation and its future, the legislature has not developed a clear legal mechanism aimed at adapting and matching the activities of cultural institutions to new socio-economic realities. The diversity of legislative and normative support and the priorities of the cultural policy approved by the relevant ministries are more directed towards the implementation of the planned function (approval of plans and writing of reports). While the coordination component and liability issues are virtually omitted.

Novelty. An analytical review of the current legal field of activities of club-type cultural institutions of state / communal / forms of ownership is carried out. An attempt is made to compare the current legislative framework with a legal mechanism aimed at adapting cultural institutions to new socio-economic realities.

The practical significance. The results of the study can be used in the practical activities of club-type cultural institutions. The research can serve as the basis for creating highly specialized specialist courses.

Keywords: *club-type cultural institutions, legal support of activities of clubs.*

Постановка проблеми. Упродовж усього інституційного періоду існування заклади культури клубного типу як суб'єкти господарської діяльності функціонують у правовому полі. Правове регулювання діяльності клубних закладів є одним із важливих інструментів реалізації культурної політики держави. Нині у правовому полі клубних закладів відбуваються значні зміни, пов'язані з реалізацією державної програми децентралізації. За таких умов правова база стає самостійним ресурсом культури, поряд з інтелектуальними, творчими, інформаційними ресурсами тощо. Правова грамотність управлінського корпусу — та умова, що допомагає подолати немало сучасних проблем та зумовлює успішний розвиток закладів культури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роль і значення діяльності клубних закладів понад 80 років зацікавлюють учених та дослідників, наукові та публіцистичні праці котрих присвячені різновекторним аспектам діяльності клубних закладів. Зокрема адміністративно-правові складові діяльності клубних установ досліджували С. Беляєва (2014),

О. Задихайло (2006), В. Сичова (2012; 2013), О. Стороженко (2011) та ін. Проте науковці розглядали лише окремі аспекти правового забезпечення. Приміром, В. Сичова (2012) досліджує правове регулювання соціальної роботи з дітьми та молоддю в клубах за місцем проживання; Д. Задихайло (2006) — адміністративно-правовий аспект управління культурою в Україні; О. Стороженко (2011) — нормативно-правову основу функціонування сфери культури. Водночас відсутні ґрунтовні дослідження, що стосуються правового регулювання діяльності клубних установ України. Це зумовило актуальність обраної теми.

Мета статті — проаналізувати чинну правову базу діяльності клубних закладів України.

Виклад основного матеріалу дослідження. До структури правового поля належать нормативно-правові акти, якими керується в практичній діяльності будь-який клубний заклад культури в Україні. Водночас усі нормативно-правові акти, створені з метою регулювання діяльності клубних закладів, можна поділити на дві групи: прямого та опосередкованого впливу.

Нормативно-правові акти першого типу впливають на діяльність усіх закладів культури клубного типу, які функціонують в Україні, незалежно від форми власності. До цієї групи належать законодавчі акти, прийняті вищими законодавчими органами (Верховною Радою України, Президентом України, Кабінетом Міністрів України, Міністерством культури) та стосуються діяльності сфери культури загалом і клубних закладів зокрема.

Найбільшу юридичну силу в Україні має Конституція, яка регулює всі аспекти людської життєдіяльності в країні, зокрема культурне забезпечення й розвиток населення. Так, Розділ II вміщує кілька статей (ст. 23, ст. 41, ст. 42, ст. 43 та ст. 54), згідно з якими громадяни України мають право вільно та самостійно обирати діяльність, спрямовану на розвиток особистості. Також громадянам гарантується свобода й захист результатів творчої та інтелектуальної діяльності. Правові та управлінські аспекти діяльності закладів культури зазначено в Розділі XI (ст. 142 та ст. 143). Відповідно до цього розділу Конституції, вирішення багатьох питань культурного розвитку належить до компетенції органів місцевого самоврядування — сільських, селищних, міських та обласних районних рад і територіальних громад. Саме представники цих органів державного управління відповідають за розроблення та впровадження програм соціального й культурного розвитку населення, зокрема й за фінансову підтримку.

Урегулювання законодавчого забезпечення також відображено в Конституції:

- ст. 85 (Розділ IV) з-поміж інших повноважень Верховної Ради України виокремлено й затвердження загальнодержавних програм національно-культурного розвитку (пункт 6);
- ст. 116 (Розділ VI) закріплює за Кабінетом Міністрів України (пункт 4) право розробляти та здійснювати загальнодержавні програми культурного розвитку України;
- у ст. 119 (Розділ VI) зазначено, що виконання державних і регіональних програм культурного розвитку, зокрема й національних меншин, належать до компетенції Місцевих державних адміністрацій (пункт 3) (*Конституція України, прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28.06.1996 р., 1997*).

Відтак, відповідно до основного Закону України, діяльність усіх закладів культури клубного типу здійснюється згідно із затвердженими місцевими органами самоврядування та погодженими вищими органами державного управління (профільними Міністерствами) державними програмами культурного розвитку населення.

Правові основи клубної діяльності юридично закріплені в профільному законодавчому акті, який прийнято уповноваженим законодавчим органом (Верховною Радою України) у перші п'ять років від часу проголошення незалежності країни. Ідеться про Закон України «Про культуру», що структурований у десять розділів (*Про культуру: Закон України від 14.12.2010 року, № 2778-VI, 2010 р.*). У першому розділі витлумачено основні категорії, які використовуються в документі, мету законодавства України про культуру, основні засади та пріоритети державної політики у сфері культури.

У першій статті зазначено, що мета законодавства про культуру — збереження й примноження культурних надбань нації за допомогою надання правових гарантій вільної культурної діяльності та доступу до неї в межах обраного на державному рівні вектора культурної політики України. Так, пріоритетами державної культурної політики, що зазначені в цьому законодавчому акті, є:

- зумовлення цілісності культури створенням єдиного культурного простору;
- забезпечення свободи творчої діяльності й захист авторських прав та інтелектуальної власності у сфері культури;
- підтримка діяльності базових (державної або комунальної форм власності) закладів сфери культури й національного виробника культурної продукції;
- забезпечення однакового доступу громадян до культурних благ;
- пріоритетом розвитку вітчизняної культури визначено естетичне виховання дітей та підлітків.

Відповідно до зазначених пріоритетів, держава в особі уповноважених державних органів сприяє поліпшенню інфраструктури сфери культури й естетичному вихованню громадян (у пріоритеті такі категорії, як діти та підлітки), а також охороняє, підтримує й заохочує культурне розмаїття, уважаючи його основним чинником сталого розвитку національної культури й держави загалом.

Другий розділ закону присвячено питанню прав та обов'язків у сфері культури. Відповідно до цього розділу, громадянам України гарантується однаковий доступ до культурних благ і цінностей, а також право вільного вибору напрямів творчої діяльності та її провадження (зокрема з використанням різноманітних форм посередництва). Демократичний напрям творчої діяльності у сфері культури утверджується п. 2 статті 7, у якому зазначено: «Не допускається втручання, у тому числі й цензура, у творчий процес та діяльність у сфері культури».

Статтею 8 закріплено право громадян на доступ до культурних благ і цінностей, які продукують державні та комунальні заклади культури, а також громадські ініціативи у сфері культури, фінансування яких (зокрема й дольова участь) відбулося за державний кошт або кошт муніципалітету.

Також у розділі II Закону визначено порядок утворення закладів культури. Зважаючи на те, що держава, розуміючи цінність і важливість ролі культури в майбутті країни, опікується закладами цієї сфери. Так, у статті 9 зазначеного вище Закону ініціаторами створення, а згодом і утримання закладів сфери культури загалом та клубних закладів зокрема можуть бути центральні й місцеві органи виконавчої влади (облдержадміністрації та райдержадміністрації), громадські організації, фізичні та юридичні особи, як громадяни, так і не громадяни України (*Про культуру: Закон України від 14.12.2010 року, № 2778-VI, 2010 р.*). Сучасна ситуація в Україні повною мірою відповідає розглянутій статті Закону. У результаті аналізу сучасного стану клубної сфери можна стверджувати, що переважна більшість закладів зареєстровані як самостійні юридичні одиниці сфери культури державної або комунальної форм власності. Проте впродовж останніх п'яти років відбуваються позитивні зрушення — ініціаторами створення клубних закладів є громади та фізичні особи. Ідеться про реформування сфери культури в умовах дії Закону про місцеве самоврядування та утворення територіальних громад.

У статтях 8 та 10 (Розділу II Закону «Про культуру»), у яких відображені права громадян України щодо доступу до культурних цінностей, зазначено: «<...> Держава створює умови розвитку сфери культури в цілому та культурного розвитку громадян зокрема, а також надає всім громадянам країни (незалежно від їх соціальних і вікових катего-

рій) рівні права щодо доступу до культурних надбань, культурних благ та практичної реалізації культурних цінностей» (*Про культуру: Закон України від 14.12.2010 року, № 2778-VI, 2010 р.*)).

У чинному Законі прописано обов'язки суб'єктів культурної діяльності, які й визначають мету закладів культури клубного типу — працювати за напрямом естетичного виховання різновікових категорій населення збереженням і примноженням національного культурного надбання.

Збереження культурних благ, цінностей та надбань, а відтак і реалізація духовних практик сьогодення засобами клубних закладів, згідно зі Статтею 16, забезпечують органи місцевого самоврядування.

Детальне вивчення Закону «Про культуру» дозволяє стверджувати про повне державне утримання клубних закладів (державної й комунальної форм власності), послуги яких спрямовані на збереження та розвиток вітчизняної культури й культурний розвиток населення (*Про культуру: Закон України від 14.12.2010 року, № 2778-VI, 2010 р.*)). Водночас нещодавно розпочатий процес децентралізації й добровільного об'єднання територіальних громад впливає на фінансове забезпечення клубних закладів. Тому нині фінансування переважної більшості закладів культури клубного типу здійснюється за мінімальними розрахунками основних витрат (утримання персоналу з мінімальною кількістю штатних одиниць та комунальні витрати). Водночас фінансування проєктів, творчих задумів (ідей) тощо здійснюється частково й повною мірою залежить від майстерності проєктного менеджера (або проєктної групи) й результативності самого проєкту.

Особливості провадження інноваційно-інвестиційної діяльності в практиці управління об'єктами культурного призначення, зокрема й закладами культури клубного типу, регулюється Статтею 20 Закону. Водночас чинне законодавство не заохочує інноваційно-інвестиційну діяльність клубних закладів, адже в зазначеній статті відсутній чіткий регламент її практичного застосування, а спеціальне законодавство (наприклад, закон про меценатство або вітчизняний культурний продукт) перебуває на етапі розроблення. Тому інноваційно-інвестиційна діяльність клубних закладів є питанням майбутнього, оскільки від законодавчої підтримки саме цього напрямку діяльності клубів залежить їх майбутнє.

На противагу інноваційно-інвестиційному, організаційні питання роботи керівника закладу культури висвітлено в шести статтях (статті 21, 21¹, 21², 21³, 21⁴, 21⁵). Водночас детальна регламентація процедури обрання та призначення вищого керівництва закладу не вирішує наявної проблеми переважної більшості клубних закладів — неефективного

управління. Останню можна розглядати як комплексну, адже вона складається із взаємозв'язку основних проблем – матеріально-технічної, інформаційної (ідеться про неефективні внутрішні комунікації та невикористання маркетингового інструментарію) та кадрової (водночас кадрова політика організацій сфери культури є прерогативою вищого керівництва й цілком залежить від управлінської волі керівника).

IV розділ Закону присвячено базовій мережі закладів культури. У чотирьох статтях детально описано перелік та призначення, проте територіальна реформа, розпочата у 2015 р., не стала підставою для внесення поправок до статей 23 та 24. Так, із сучасного досвіду, рішенням очільників територіальних громад у багатьох сільських населених пунктах відбувається об'єднання клубів, бібліотек, музеїв та інших закладів, які належать до базової мережі культури (статті 23 та 24 Закону) у «Дозвілєві центри». Водночас у чинному законодавстві про культуру та територіальні громади про такі центри не йдеться. Дозвілєві центри, які функціонують у сільській місцевості Волині, є результатом управління об'єднаної територіальної громади, прийнятого відповідно до сучасних обставин з метою раціонального використання фінансових ресурсів громади.

Чинне законодавство також регулює фінансування закладів культури. Беручи на себе (бюджетне фінансування) базові витрати, держава законодавчо закріплює за клубами право дофінансування та означає альтернативні джерела (наприклад, гранди, кошти за виконані роботи працівниками закладу, благодійні внески, добровільні пожертвування, надання платних послуг тощо). Щодо платних послуг клубів, основаних на державній та комунальній формах власності, то їх перелік затверджено Постановою Кабінету Міністрів України № 1271 від 12 грудня 2011 р. (*Про перелік платних послуг, які можуть надаватись закладами культури, заснованими на державній та комунальній формі власності: Постанова Кабінету Міністрів України від 12.12.2011, № 1271, 2011 р.*). Ініціативу керівництва закладу культури надавати платні послуги не можна підтримати в одноосібному порядку – його підлеглими, оскільки для її практичної реалізації необхідно, щоб відбулося затвердження переліку й кошторисної вартості у вищому органі управління (наприклад, на сесії міської або обласної ради тощо). Можливо, саме через ускладнену процедуру погодження, невміння (небажання) використовувати повною мірою маркетинговий інструментарій у процесі управління закладом або з інших причин платні послуги закладами культури клубного типу практично не надаються. Цей факт є водночас і негативним, і позитивним. Позитивний аспект зумовлений тим, що платні послуги слід розглядати як резерв, можливість поліпшення діяльності клубів у майбутньому.

З метою підвищення соціального статусу професій та зацікавленості потенційних співробітників увійти до штату закладу культури клубного типу в чинному законодавстві розроблено перелік соціальних гарантій (наприклад, оплата праці з урахуванням матеріальних заохочень, соціальний захист та додаткові соціальні гарантії для сільської місцевості тощо). Проте з різних причин зазначений у законодавстві «пакет соціальних гарантій» нині не використовується як інструмент підвищення соціального статусу професії працівника сфери культури загалом та працівника клубного закладу зокрема. На нашу думку, використання зазначених у статтях 29 і 30 переліку стимулюючих складових також є резервом поліпшення ситуації з кадровим забезпеченням галузі в майбутньому. Водночас імовірність його використання в практичній діяльності — у процесі підвищення соціального статусу професії (працівника клубного закладу) залежить виключно від бажання керівників вищого рівня використовувати цей «інформаційний пакет» у практичній діяльності.

У 2015 р. вищий апарат управління країни прийняв рішення про впровадження адміністративно-територіальної реформи, пов'язаної з децентралізацією, створенням об'єднаних територіальних громад. Реформування здійснюється відповідно до Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад», до функцій яких належить культурний розвиток громади, яка є ініціатором створення ОТГ. Відтак, функції щодо функціонування закладів культури комунальної форми власності, що виконувала міська й селищні ради, виконують ОТГ. Також за ОТГ зберігаються всі повноваження (робота відповідно до затвердженого плану дій, який розроблено відповідно до Стратегічного плану держави у сфері культури, дотримання в процесі прийняття управлінських рішень вимог чинного законодавства у сфері культури, контроль за виконанням планів і рішень ОТГ тощо) та закріплюється певний ступінь відповідальності за діяльність у сфері культури.

Водночас ОТГ надана можливість самостійно приймати рішення про фінансування та формат діяльності закладів культури, розташованих на території ОТГ, майно яких перейшло у власність ОТГ за принципом правонаступності. Діючи в правовому полі, переважна більшість територіальних громад (наприклад, Волині), прагнучи зберегти заклади культури й водночас оптимізувати витрати ресурсів, переважно фінансових, приймала рішення про реформатування, яке полягало у створенні дозвіллевих центрів (або центрів культури й дозвілля, або центрів дозвілля та творчості) зі статусом юридичної особи комунальної форми власності. Новостворені «Дозвіллеві центри» в переважній більшості працюють у приміщеннях базових закладів культури (сільських будинках культури, бібліотек тощо). Рухоме та нерухоме майно закладів, за

спеціальною процедурою, також перейшло у власність ОТГ, і у більшості випадків залишилось основною матеріально-технічною базою новостворених «Дозвіллевих центрів».

Реформування законодавства у сфері культури стосувалося не лише юридичного переформатування й матеріально-технічної бази. Суттєвого впливу зазнали людський і безпосередньо пов'язаний із ним технологічний чинники. Так, у процесі об'єднання базових закладів культури в «Дозвіллеві центри» відбулося скорочення штату працівників сфери культури, яку, згідно з науковою термінологією, назвали «оптимізацією структури управління у сфері культури». Паралельно відбувся перерозподіл функціональних повноважень та введення нових посад, функціональні обов'язки яких «відповідають вимогам часу», наприклад, проєктний менеджер, системний адміністратор, бібліотекар пункту видачі тощо.

Управлінське рішення ОТГ у сфері культури загалом і клубних закладів зокрема залежить від фінансової спроможності громади (фінансових надходжень) та владної позиції представників вищої управлінської ланки, уповноважених приймати управлінські рішення. Проте яким би не було це рішення, воно повинно бути прийняте з дотриманням норм чинної законодавчої бази. У такому разі йдеться про чинний законодавчий блок, який опосередковано впливає на діяльність клубних закладів (зокрема й тих, які належать до складу «Дозвіллевих центрів»). Такими законодавчими актами є: Кодекс законів про працю, законодавство у сфері соціального захисту населення (Закони України «Про Державний бюджет», «Про охорону праці», «Про колективні договори і угоди», «Про позашкільну освіту», «Про відпустки», «Про оплату праці», «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності», «Про пенсії за особливі заслуги в Україні», «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття», «Про охорону дитинства» та ін.).

Окрім зазначених Законів, клубні заклади керуються у своїй діяльності Постановами Кабінету Міністрів України, Указами Президента України, Наказами Міністерства культури і мистецтв України та Рішеннями вищих рівнів управління (рішення сесії обласної ради, міської ради або ОТГ тощо). Зазначені вище законодавчі органи влади здійснюють регулювання клубної діяльності нормативно-правовими актами. Наприклад, нормативи забезпечення громади клубними закладами визначені КМУ (Постанова № 1775 від 12 листопада 1998 р.) (*Про нормативи забезпечення населення клубними закладами: Постанова Кабінету Міністрів України від 12.11.1998, № 1775, 1998 р.*)), перелік

платних послуг клубних закладів також затверджено КМУ (Постанова №1271 від 12 грудня 2011 р.) (*Про перелік платних послуг, які можуть надаватись закладами культури, заснованими на державній та комунальній формі власності: Постанова Кабінету Міністрів України від 12.12.2011, № 1271, 2011 р.*)), штатні нормативи клубних закладів розроблено Міністерством культури України (Наказ № 767/16-11 від 20 вересня 2011 р.), примірники організаційних документів (Положення про клубний заклад (Наказ № 835 від 7 грудня 2004 р.), або Положення про аматорський колектив або Положення про народний (зразковий) аматорський колектив (Наказ № 968 від 11 жовтня 2013 р.)) також розробляють і затверджують працівники Міністерства культури України.

Висновки. Отже, діяльність закладів культури клубного типу відбувається у правовому полі, до структури якого належать законодавчі акти й нормативно-правові документи вповноважених законотворчих органів України. Зважаючи на важливість розвитку культури як основи духовності нації та її майбутнього, законодавчі органи не розробили чіткого правового механізму, спрямованого на адаптацію й відповідність діяльності закладів культури новим соціально-економічним реаліям. Адже все розмаїття законодавчо-нормативного забезпечення та затверджені профільними міністерствами пріоритети культурної політики більше спрямовані на виконання планової функції (затвердження планів і написання звітів). Водночас координаційна складова та питання відповідальності перебуває поза увагою.

Перспективи подальших досліджень. Сучасне правове забезпечення галузі потребує суттєвого оновлення відповідно до Державної стратегії розвитку культури й Державної політики в культурно-мистецькій сфері, яке б було адаптованим до сучасних реалій.

Список посилань

- Конституція України, прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28.06.1996 р.* (1997). Київ: Преса України.
- Про культуру: Закон України від 14.12.2010 року, № 2778-VI.* Узято з <https://zakon.rada.gov.ua/go/2778-17>, 2010 р.
- Про нормативи забезпечення населення клубними закладами: Постанова Кабінету Міністрів України від 12.11.1998, № 1775.* Узято з <https://zakon.rada.gov.ua/go/1775-98-п> 1998 р.
- Про перелік платних послуг, які можуть надаватись закладами культури, заснованими на державній та комунальній формі власності: Постанова Кабінету Міністрів України від 12.12.2011, № 1271.* Узято з <https://zakon.rada.gov.ua/go/1271-2011-п>, 2011 р.
- Беляєва, С. С. (2014). Економічні теорії клубів та суспільного вибору в контексті сталого розвитку громади. *Економічний нобелівський вісник, 1*. Узято з http://nbuv.gov.ua/UJRN/bmef_2014_1_9.

- Задихайло, О. А. (2006). *Організація управління культурою в Україні (адміністративно-правовий аспект) (Автореф. дис. ... канд. юрид. наук)*. Харків: НЮАУ імені Я. Мудрого.
- Сичова, В. В. (2012). Правове регулювання соціальної роботи з дітьми та молоддю в клубах за місцем проживання: проблеми та напрямки удосконалення. *Державне будівництво*, 1. Узято з http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2012_1_40.
- Сичова, В. В. (2013). Правове та фінансове забезпечення діяльності клубів за місцем проживання. *Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування*, 1. Узято з http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ttpdu_2013_1_17.
- Стороженко, О. В. (2011). *Нормативно-правова основа функціонування сфери культури*. Узято з <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2011-4/doc/2/17.pdf>.

References

- The Constitution of Ukraine, adopted at the 50th session of the Verkhovna Rada of Ukraine on June 28, 1996* (1997). Kyiv: Press Ukraine. [In Ukrainian].
- About culture: Law of Ukraine dated December 14, 2010, No. 2778-VI*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/go/2778-17>, 2010. [In Ukrainian].
- On the norms of provision of population by club institutions: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated November 12, 1998, No. 1775*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/go/1775-98-p> 1998. [In Ukrainian].
- About the list of paid services that may be provided by cultural institutions based on state and communal property: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 12.12.2011, No. 1271*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/go/1271-2011-p>, 2011. [In Ukrainian].
- Belyaeva, S. S. (2014). Economic theories of clubs and public choice in the context of sustainable community development. *Economic Nobel Bulletin*, 1. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/bmef_2014_1_9. [In Ukrainian].
- Zadhaylo, O. A. (2006). *Organization of cultural management in Ukraine (administrative-legal aspect) (Author's dissertation ... Candidate of jurisprudence)*. Kharkiv: Yaroslav Mudryi National Law University. [In Ukrainian].
- Sychova, V. V. (2012). Legal regulation of social work with children and young people in clubs at the place of residence: problems and directions of improvement. *State construction*, 1. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2012_1_40. [In Ukrainian].
- Sychova, V. V. (2013). Legal and financial support of the activities of clubs at the place of residence. *Theory and Practice of Public Administration and Local Self-Government*, 1. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ttpdu_2013_1_17. [In Ukrainian].
- Storozhenko, O. V. (2011). *The normative and legal base for the functioning of the sphere of culture*. Retrieved from <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2011-4/doc/2/17.pdf>. [In Ukrainian].

Надійшла до редколегії 27.02.2019 р.

https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.03

УДК 007:304.659

Г. А. Вербицька, асистент, кафедра міжнародних відносин, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

annaonline5@gmail.com

https://orcid.org/0000-0003-4009-5481

СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЕЛІТ: ЕВОЛЮЦІЯ НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ У КОНТЕКСТІ РОЗГЛЯДУ ТРИАДИ «ВЛАДА (TECHNAI)» — «ОБЧИСЛЕННЯ (LOGISMOS)» — «МІРА (METRON)»

Розглянуто питання еволюції наукових поглядів представників світової політичної і філософської думки щодо соціально-комунікаційної діяльності еліт. З'ясовано, що соціально-комунікаційна діяльність еліти в різних суспільствах, з точки зору науковців, має свої особливості, спрямовані на раціональність чи на отримання бажаного. Еволюція наукових уявлень здійснювалася під впливом внутрішньодержавних і міжнародних явищ. Водночас наукові дослідження чітко зафіксували зміну характеристики соціально-комунікаційної діяльності еліти — від суто споживацького панування до врахування процесів демократизації.

Ключові слова: еліта, комунікація, науковий світ, міжнародні відносини, держава, управління, стратагема.

А. А. Вербицкая, асистент, кафедра международных отношений, Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев

СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЭЛИТ: ЭВОЛЮЦИЯ НАУЧНЫХ ВЗГЛЯДОВ В КОНТЕКСТЕ РАССМОТРЕНИЯ ТРИАДЫ «ВЛАСТЬ (TECHNAI)» — «ОБЧИСЛЕНИЕ (LOGISMOS)» — «МЕРА (METRON)»

Рассмотрен вопрос эволюции взглядов представителей мировой политической и философской мысли относительно социально-коммуникационной деятельности элит. Установлено, что социально-коммуникационная деятельность элит в разных обществах, с точки зрения ученых, имеет свои особенности, направленные на рациональность или на получение желаемого. Эволюция научных представлений происходила под влиянием внутреннегосударственных и международных явлений. Одновременно научные исследования четко зафиксировали смену характеристики социально-коммуникационной деятельности элит — от чисто потребительского господства до учета процессов демократизации.

Ключевые слова: элита, коммуникация, научный мир, международные отношения, государство, управление, стратагема.

H. A. Verbytska, assistant, the Department of International Relations, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

SOCIAL AND COMMUNICATION ACTIVITIES OF THE ELITE: THE EVOLUTION OF SCIENTIFIC VIEWS CONSIDERING THE TRIAD “POWER (TECHNAI)” – “CALCULATIONS (LOGISMOS)” – “MEASURE (METRON)”

The aim of this paper is to study the world scientific discourse on the resource potential of the evolution of the world elites in the context of their social and communication activities.

Research methodology. The study investigates this issue by examining the issues of the evolution of scientific views of the representatives of the world political and philosophical thought on the social and communication activities of elites using such methods of scientific research as synthesis, analysis, and generalization.

Results. Social and communication activities of the elite are one of the issues in world science that the scientists constantly considered from the times of the ancient world to the present moment. Its consideration laid the foundation for the triad of “power” — “calculation” — “measure” in ancient Greece and ancient China. According to the analysis of scientific research, the evolution of representations on social and communication activities of the elite was constantly influenced by the factors of the international processes.

Novelty consists in finding out that scientific studies have distinctly recorded a change in the characteristics of the social and communication activities of the elite taking into account from purely consumer dominance to democratization processes.

The practical significance consists in drawing attention to the deeper processes in the scientific world, since the theme of social and communication activities of the elite was considered at different levels of scientific research. Particular attention should be paid to the scientific segment of Ukrainian scholars of various directions, including nationalist ones.

Keywords: *elite, communication, scientific world, international relations, state, government, stratagem.*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень та публікацій. Соціальні стосунки є основою існування будь-якого суспільства і будь-якої держави. Саме їх надійність багато в чому визначає стабільність існування соціальних систем, відповідно, і тих же суспільств та держав. Одну з визначальних ролей у цих процесах відіграє соціально-комунікаційна діяльність еліт, що може впливати як негативно, так і позитивно. Ця тема з різних позицій фігурувала у дослідженнях таких відомих учених, як М. Саллінз, Р. Арон, К. Поланьї, М. Алле, І. Варзар та ін. Інваріантність проблеми соціально-комунікаційної діяльності та еволюції еліт аналізується в працях Н. Макіавеллі, Б. Грасіана, Н. Мальбранша, Дж. Мейсона, М. Щербатова, Н. Карамзіна, П. Турчина та ін. Однак немало позицій у поглядах на соціально-комунікаційну діяльність еліт ще є дискусійними.

Мета статті — дослідити світовий науковий дискурс щодо ресурсно-потенціалу ритмів еволюції світових еліт у контексті їхньої соціально-комунікаційної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. В історії Стародавньої Греції та Стародавнього Китаю вже проявлялися політичні, культурні і природні резонанси: писемні пам'ятки обома мовами з'являються у II-му тисячолітті до н. е.; обидві мови, хоча і змінилися, продовжують існувати й понині — сучасні греки вважають своєю мовою мову Гомера, а китайці рідною називають мову Конфуція; обидва народи рано виразились у поезії і філософії; обидві цивілізації в пошуках ресурсів вплинули на сусідні народи. І одну із провідних ролей у цьому відігравали стратегії управління в цих державах, що реалізувалися завдяки соціально-комунікаційній діяльності еліт. Можна звернути увагу на результати порівняння стратегій управління державою в Китаї і Європі, здійснене французьким філософом Ф. Жюльєном, що підтверджує цю думку. Проте виявлено і деякі розбіжності: так, грецькі вчені напрацьовуючи стратегії управління, тяжіли до раціональності, а китайські — до ефективної страгегемності. Стародавні греки шукали «владу наук (technai)» в «обчисленні» (logismos) «міри (metron)», а китайці — страгегеми для отримання бажаного (Жюльєн, 1999).

Інший відомий французький учений Р. Арон, аналізуючи реалії політичного процесу в 60-х рр. XX ст., відзначив, що в еволюції соціально-комунікаційної діяльності еліт від найдавніших часів і донині є багато спільного: упродовж століть головними «ставками» в битвах між державами вважалися золото, гроші, раби, нафта (Реймон, 2000, с. 336). А от К. Поланьї в процесі дослідження походження торгівлі сформував парадигму ресурсу еволюції у співвідношенні тріади понять: (1) «взаємність» — (2) «перерозподіл» — (3) «міра». Базуючись на різних сценаріях розвитку соціально-комунікаційних відносин, він стверджував, що в гедоністично налаштованому суспільстві все неминуче стає в дефіциті та все відбувається, зважаючи на ерозію поняття «міра». Цей термін у прямому значенні нинішнього розуміння вже використовували давні племена та деякі нинішні абorigени (Polanyi, 1971).

Сучасний американський антрополог М. Саллінз у своїй відомій розвідці «Економіка кам'яного століття» (розділ «Мінова вартість і дипломатія примітивної торгівлі»), виданій у 1974 р., відзначає, що вже стародавній світ стояв перед вибором сценаріїв між війною та компромісом у питанні використання природних ресурсів. У давні часи дипломатія передувала праву. Комунікація еліти в системі «розпорошеної» влади відігравала роль обов'язкової «соціальної стратегії»: вона мала коефіцієнт дружності, який проявляється і в поведінковому етикеті, і в

обмінному курсі. І в тому і іншому закладено прагнення виживати самому і дозволяти жити іншому, тобто означувалася готовність поділитися. Щоправда, у цьому контексті не зовсім зрозуміло, чи сучасні еліти складних індустріальних та постіндустріальних систем краще пристосовані до природного оточення і ризиків, порівняно з системами простих мисливців — збирачів.

Власне, ресурс влади і соціально-комунікаційну діяльність еліт розглядав у трактаті «Держава» ще грецький філософ Платон, формуючи філософію вибраних у IV ст. до н. е. У своїй теорії еліти мислитель уперше надав типологію політичного лідерства, порівнявши політика зі звіром. На його думку, політики («царі» та «жерці») «походять на левів, деякі — на кентаврів і на інші подібні створіння, більшість же — на сатирів і на подібні з ними істоти, слабкі і мінливі: вони швидко змінюють свій вигляд і свої властивості» (Карабущенко, 1998). Потім цю формулу повторять і зроблять класичною Н. Макіавеллі і В. Парето. Перший, зокрема, стверджуватиме, що «з усіх звірів нехай государ уподібниться до двох: леву і лисиці, лев боїться капканів, а лисиця — вовків, отже, треба бути подібним лисиці, щоб вміти обійти капкани, і леву, щоб відлякати вовків» (Макіавеллі, 1998). А от Парето відзначав, що для елітарної політичної свідомості характерні два типи мислення — консервативне і реформаторське, які суголосні існуючим головним типам еліт: (1) «леви» — для їхньої свідомості характерний консерватизм, грубі силові методи правління; «лисиці» — майстри обману і політичних комбінацій (Pareto, 1961). Стабільність політичної системи досягається переважно під час правління еліти «левів». Навпаки, нестійка система потребує прагматично мислячих енергійних діячів, новаторів, комбінаторів — «лисиць». Постійна зміна еліт — результат того, що кожен тип має певні переваги, які, однак, з часом нівелюються і перестають задовольняти потреби управління суспільством. Тому збереження стабільності соціальної та політичної систем потребує постійної заміни однієї еліти іншою.

Відтак, головна формула платонівської елітології і соціально-комунікаційної діяльності еліт була сформульована в праці «Політик»: «ніколи більшість, ким би вона не була, не зможе опанувати <конкретне> знання, розумно керувати державою; єдиноправильний державний устрій слід шукати в меншості — серед небагатьох або в одного» (Sahlins Marshall, 1976). Цю формулу теоретики еліт пізніше використають як аксіому.

Практичне втілення змодельованих Платоном соціально-комунікаційних та елітарних складових концептуалізації проявилися згодом у його учня — Арістотеля, а лідерські якості — уже в учня цього мислителя, Олександра Македонського. Елітизм останнього був зумовлений но-

вими цивілізаційними викликами і впливом кініків. Це помітно в його прагненні очистити увесь світ від диких народів і перетворити його на Елладу. Згідно з Плутархом, Олександр Македонський часто повторював: «Якби я не був Олександром, я був би Діогеном» (Плутарх, 1994). Саме Діоген Кінік проголосив себе космополітом, тобто «громадянином світу» (Лаєртський, 1986). Тут проявляється парадоксальність античної етнофілософії і протистояння двох ідей: (1) про ідейну рівність людей; (2) про їхню природну нерівність. Обидві ідеї перебувають у площині співвідношення різних культурних рівнів — (однакових у плані культури) і варварів (неосвічених і тому нижчих в ієрархії). Ідея елітоциду (тобто знищення еліти) була розвинена Платоном у його діалозі «Тімей» у знаменитій легенді про Атлантиду, де розгорнуто теорію культурного занепаду внаслідок елітоциду. Цим пояснюються численні історичні події: зростаюча роль міста в прогресі і регрес цивілізації; вплив природного та ресурсного факторів.

На основі цих текстів можна сформулювати кілька спостережень стосовно соціально-комунікаційної діяльності еліт: 1) з концепції «елітоциду» випливає платонівська елітаристська теорія походження держави і права; 2) держава і право виникають у містах, коли в них з'являється еліта; 3) маси цілком можуть жити без законів і держави (тобто без еліти), але це стан дикості; 4) право і держава необхідні для еліти як засіб контролю громадського життя; 5) міфологія, філософія, історична наука розвиваються завдяки еліті як духовний продукт її суспільної діяльності; 6) у теоретичній типології форм держави досить чітко простежується принцип «низхідної ієрархії» блага; 7) негативні форми держави (тимократія, олігархія, демократія, тиранія), порівняно з ідеальною державою, представляють собою послідовне погіршення ідеальної форми; 8) описуючи ці системи, Платон надає характеристику панівній «правлячій еліті»; 9) Платон був одним із перших, хто виокремив триаду управління (1) «матерія — (2) інформація (кількість і якість) — (3) міра (езотеричність, елітарна таємниця управління процесами)» як таку, що існує в нерозривній єдності у Всесвіті; 10) Платон стверджує, що будь-яка «річ» — матерія, перетворена визначеним чином, тобто за задумом Логоса (Творця). Багато що з цього Платон запозичив у піфагорійців (до початку IV ст. до н. е.): розуміння організації; ієрархії; гармонії як вищого закону Всесвіту. Піфагорійці знання Єгипту і Вавилону трансформували в числа і гармонію. У латинських і середньовічних текстах для позначення цієї традиції використовується термін «*harmonia (musica) — coeli (mundi)*» («гармонія (музика) — небо (світ)»). Завдяки долученню гармонії сфер до системи Птолемея ідея музики сфер концептуалізована в астрології, кабалі, парамасонських ученнях.

Тобто може йтися про розуміння соціально-комунікаційної діяльності еліти в рамках гармонійного співіснування її із суспільством загалом.

Дослідник китайського суспільства Е. Шульц вважає, що в китайську давнину теж існували подібні ідеї (Шульц, с. 76–81), наприклад, відповідність п'яти нот китайської гами принципам 5 елементів (у-сін). У цій парадигмі інтелектуальна та духовна обраність еліти визначається фактом володіння езотеричним знанням (мірою). Ця тенденція проявилася і в Плутарха. Він цитує листування учня Платона — Арістотеля з македонським царем Олександром Великим. Останній дорікає вчителю за те, що той написав книгу про таємне вчення «філософів-езотериків» для широкого загалу. «Ти вчинив неправильно, оприлюднивши вчення, призначене лише для усного викладення. Як же ми відрізнятимемося від решти людей, якщо ти самі знання, на яких нас виховано, стануть загальним надбанням? Я хотів би перевершити інших не тільки могутністю, але й знаннями про вищі предмети». Арістотель виправдовувався тим, що його книга призначена для освічених людей і «зовсім непридатна для викладання» (Плутарх, 1994).

Арістотель у своїй «Метафізиці» в контексті соціально-комунікаційної діяльності еліт надав власне бачення громадськості. Ця збірка творів починається з учення про природу мудрості і її суб'єкта — мудреця. Таким чином, Арістотель свої погляди стосовно «мудрості» еліти в результаті її соціально-комунікаційної діяльності поповнює етичними та гносеологічними елементами. У цій парадигмі вможливується розкриття секрету обраних про міру. Так виникає синтез знання з системою ейдосів, що використовувалося і в китайській культурі, а пізніше арабськими вченими (зокрема Ібн Халдуном).

Конфуцій натомість у своїх поглядах на соціально-комунікаційну діяльність еліт поділяв суспільство на «шляхетних мужів» і «низьких людей» згідно з їхнім ставленням до моралі. Проте він вказував простим людям шлях до вищої позиції в політичній ієрархії через сумлінне навчання, удосконалення (Конфуцій, 2001). Сучасний російський синолог В. Малявін вважає, що Конфуцій у «мірі» вбачав суть усього життя (Малявін, 2007). У китайській традиції «міра» як ірреальність не є субстанцією, ідеєю, статичним космосом. Це «безодня перетворень», чиста плинність Хаосу без початку і кінця, без ідеї і форми. Гуань Чжун, один із засновників легізму, поміщав закон вище правителів. Усі люди повинні бути однакові перед законом, міра має існувати як універсальний принцип управління. Один з останніх знаменитих легістів Хань Фей (III ст. до н. е.) зазначав, що правителю необхідне володіння не тільки знанням, але й мірою й умінням ефективно використовувати їх у страгатагах (Иванов, 1912).

Проблеми розвитку суспільства надихнули на роздуми арабського філософа та історика XIV ст. Ібн Халдуна. Слід зазначати, багато що у своїх поглядах щодо соціально-комунікаційної діяльності еліт він запозичив у грецьких філософів, зокрема в Арістотеля. Але він розвинув їх далі і одним із перших запропонував постулат про здатність елітної групи внаслідок реалізації комунікаційних ідей до колективної комунікаційної дії у формі «Асабія». Особливість теорія Ібн Халдуна полягає в тому, що вона була розроблена в особливих соціально-комунікаційних умовах Магрибу, де: 1) живуть люди «Пустелі» і люди «Міста»; 2) для людей «Пустелі» характерні малі політичні утворення (рід, плем'я тощо); 3) люди «Міста» організовані в держави й імперії; 4) людина не може жити поза групою; 5) громадський стиль життя полегшує захист, набуття різних ремісничих і технічних навичок та інтелектуальної комунікації; 6) різні групи (асабія) мають різні здібності для спільних дій; 7) асабія пов'язана зі здібностями групи самоорганізовуватися, жертвувати індивідуальними перевагами заради загального блага; 8) Асаба дозволяє «захищати себе, чинити опір і пред'являти свої вимоги»; 9) сильна Асаба надає групі переваги над іншими групами; 10) асабія є результатом «соціальної комунікації, дружніх зв'язків, тривалих знайомств та товариських відносин»; 11) освіта — це соціальний капітал.

Арабський мислитель уважав, що тип суспільства і відповідна йому соціально-комунікаційна діяльність еліти є ключем до розуміння економічних циклів еволюції цієї ж еліти, чому асабія зростає або зменшується: 1) життя людей «Пустелі» з її постійними боротьбою за виживання і, отже, потребою співробітництва зумовлює зростання асабії; 2) «міське» суспільство контролює безліч людей, зокрема робочу силу; 3) певна частка останньої може бути зайнята у сфері послуг або виробництві предметів розкоші; 4) розвиток тяги до розкоші порушує міру споживання ресурсів, призводить до виродження; 5) правляча династія, отже, держава стають жертвами тенденції до розкоші; 6) процвітання сприяє зростанню населення, змушує еліту гнобити народ, що зрештою завершується крахом держави; 7) «Асабія» зростає і підтримується на високому рівні в малих суспільствах, де здатність до комунікації, колективної дії використання ресурсів — ключ до виживання; 8) такі суспільства споживають ресурси в міру необхідності, тому «Асабія» не зазнає негативної дії розкоші; 9) племена «Пустелі» з високою асабією перемагають цивілізованих «містян із низькою асабією і засновують правлячу династію»; 10) в умовах «міського» життя асабія неминуче знижується; 11) приблизно через чотири покоління вона стає настільки низькою, що держава занепадає в результаті внутрішніх конфліктів і завойовується новими племенами «Пустелі». У цьому полягає суть моделі круговоро-

ту еліти Ібн Хальдуна. Ідеї середньовічного мислителя актуальні і нині, оскільки розкривають об'єктивні закони еволюції еліти в контексті її соціально-комунікаційної діяльності.

Однак російський соціолог П. Турчин використав модель Ібн Хальдуна для розгляду трьох стадій еволюції імперії: 1) формування держави та етногенез стрижневого етносу (етнічного ядра); 2) початкова експансія в межах етнічно подібного середовища та експансія до максимальних територіальних розмірів, під час чого імперія набуває поліетнічності; 3) стагнація, занепад, зникнення (можливо з подальшим відродженням у новому імперському циклі) (Турчин, 2010). Розроблена науковцем математична модель взаємодії динаміки популяції та фінансового стану держави передбачає повторювані епізоди розвитку держави і приросту населення, що супроводжуються подальшим занепадом держави і скороченням населення. У сфері ймовірних параметрів структурно-демографічна модель передбачає, що занепад держави повинен відбуватися протягом проміжків у два-три століття. Складніша модель, яка розглядає окремо простий народ і еліту, теж має подібну динаміку, що виявив П. Турчин у процесі аналізу моделей Дж. Голдстоуна і Д. Фішера. У моделі Голдстоуна зростання населення є причиною занепаду держав у XVII–XVIII ст., оскільки виникає політична нестабільність, що побічно зумовлює: фінансове виснаження ресурсів держави; зростання внутрішньоелітної конкуренції; підвищення потенціалу мобілізації мас. Фішер припускає, що в період 1200-2000-х рр. н. е. в Західній Європі відбулись чотири «великі хвилі» соціально-економічних змін. Ця тривала динаміка впливає на історію цінових ритмів. Етапи цінової рівноваги (періоди Ренесансу, Просвітництва і вікторіанської епохи) чергувалися з періодами швидкої інфляції (цінові революції).

Неоднозначну, але цікаву думку висловили Модельські, Девезас, Томсон у своїй спільній праці «Глобалізація як еволюційний процес», де розглядали державу Чингізхана як перший глобалізаційний експеримент політичних еліт (Modelski, Devezas, Thompson, 2011). Цей процес започатковано спробою за допомогою не лише насилля, але й застосування багатьох засобів соціальної комунікації з'єднати цивілізації Старого Світу через Серцевину Землі (Heartland). Однак цей грандіозний проект ускладнився через: 1) значні масштаби проекту; 2) слабкість інфраструктурних основ; 3) прокладку транспортних шляхів і посилену міграцію через центрально-азійські степи, де перебували збудники хвороби; 4) пандемію чуми; 5) стада худоби, які витопували лісостеп.

Ця перша спроба глобалізації завершилась навіть не кризою, а катастрофою в середині XIV ст. Тоді померло, за різними оцінками, від 350 млн до половини мільярда людей. Значні втрати припали на Китай,

Європу та Близький Схід. Однак менш населені землі отримали набагато болючіший удар. У результаті політична та економічна інфраструктура *Rex Mongolica*, глобальної імперії Старого Світу розпалася. «Чорна смерть» у Європі ознаменувала так звану осінь Середньовіччя (Хейзінга, 1995). Її удар був трансформаційним: 1) уповільнилось екстенсивне поширення різних форм університетської вченості, придворної куртуазності та міського політесу; 2) однак процес не припинився, він ущільнився. У напрямі від Нідерландів через Альпи в Північну Італію пролягав пояс міст, який постраждав від чуми менше, ніж навколишні території. Там продовжували множитися новації. Серед цих досягнень відзначимо такі важливі фактори: 1) збереглися політичні форми самоврядування; 2) поширилися стратегії вирішення конфліктів; 3) з'явилися механізми забезпечення виконання контрактів; 4) у змаганні альтернативних утворень політичного порядку вижило «територіальне панування» (Spruyt, 1994).

Увесь перебіг історичного процесу, роздуми філософів та теоретиків, що супроводжували його, засвідчують одну важливу особливість політичних еліт — використання ними соціальної комунікації для формування політичних систем виключно з метою поширення власного панування.

Під час упровадження саме такої системи соціальної комунікації еліти створювали різні форми територіального панування: королівства, герцогства, синьйорії — старшинства (*seigneurie*, *signoria*), панування (*dominium*, *lordship*, *Herrlichkeit*, *heerlijkheid* etc.), «господарства». Останніми наприкінці XIV ст. в Московії і Молдавії позначали все ті ж форми персоналізації територіального панування. Володарі всіх цих політичних утворень поводили себе як законні лідери в межах власних територій і в зіткненнях з подібними собі. Тому у південному (ломбардському) секторі поясу міст протягом трьох десятиліть (з середини 1420-х до середини 1450-х рр.) тривали нескінченні війни. За вплив змагалися три могутні міста: Мілан, Венеція, Флоренція. Лише Лодійський мир (*Pace di Lodi*) 1456 р. і створення Італійської Ліги сприяли припиненню конфліктів. Цей процес завершився створенням у Європі першої системи погодження інтересів суверенів у формі балансу сил та однакового для всіх статусу. Це був період ренесансного Кватроцента (*quattrocento*) — часу якісних змін у різних сферах суспільного життя, зокрема і в осмисленні соціально-комунікаційної діяльності еліти. У контексті його розквіту виник перший осередок Модерну, концептуалізованого як парламентаризм та конституалізм у Великобританії. Таким чином розвинуто започаткований у Італії механізм узгодження інтересів еліт у процесі її соціально-комунікаційної діяльності. Проте ранній кон-

ституціоналізм не міг завадити зростанню корупції у Великобританії. І саме це опосередковано прискорило в її північноамериканських колоніях проголошення незалежності і відновлення конституції в рамках тринадцяти держав-станів. Однак у ширших масштабах Європи та обох Америк вже спостерігався процес виникнення та розвитку революцій і воєн кінця XVIII — початку XIX ст. Лише обіцянка більшості щодо конституалізованої свободи, рівності і братерства пришвидшила завершення цієї політичної кризи.

Однак еліти соціальну комунікацію не могли використовувати виключно у власних інтересах. Черговий ритм та хвилю зумовило прагнення самовизначення, участі та демократії. Після еволюційної паузи, заповненої світовими війнами і тоталітарним пануванням, почався підйом до функціонального та морфологічного сенсу демократизації й підзвітності: встановлення контролю над розвитком і природними ресурсами (зокрема нафтою).

Висновки. Соціально-комунікаційна діяльність еліти є одним із питань у світовій науці, якому постійно приділялася увага вченими від часів стародавнього світу і до сучасності. Його розгляд розпочався вже в античній Греції і стародавньому Китаї. І тоді ж закладено основи тріади «влада» — «обчислення» — «міра». Згідно з аналізом наукових досліджень, на еволюцію уявлень щодо соціально-комунікаційної діяльності еліти постійно впливали фактори міжнародних процесів. Водночас науковий дискурс засвідчив, що соціально-комунікаційна діяльність еліти змінюється від ідеї грубого панування до ідеї функціонального і морфологічного сенсу демократизації цієї ж діяльності.

Перспективи подальших досліджень. Деталізація дослідження в зазначеному напрямі дозволить звернути увагу на глибші процеси в науковому світі, оскільки тема соціально-комунікаційної діяльності еліти розглядалася на різних рівнях наукових досліджень. Особливу увагу слід звернути на науковий сегмент українських учених різних напрямів, зокрема й націоналістичних.

Список посилань

- Плутарх (1994). *Сравнительные жизнеописания в двух томах. (2-е изд., исправленное и дополненное)*. (пер. М. Ботвинника, И. Перельмутера). (Том II. Часть «Александр и Цезарь», С. 7). Москва: «Наука».
- Мак'явелі, Н. (1998). *Флорентійські хроніки*. Державець. (Пер. з італ.). Київ: «Основи».
- Малявін, В. (2007). *Конфуцій*. Москва: Молодая гвардия.
- Лаэртский, Д. (1986). *О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов*. (2-е изд.). А. Лосев (ред. тома и авт. вступ. ст.). Москва: «Мысль». 571 с.

- Карабущенко, П. (1998). *Этимология Платона (античные аспекты философии избранности): монография*. Москва — Астрахань. 148 с.
- Иванов, А. (1912). *Материалы по китайской философии. Введение. Школа Фа. Хань Фэй-цзы*. Санкт-Петербург. с. 227–228.
- Жюльен, Ф. (1999). *Трактат об эффективности*. Б. Крушняк (Пер. с франц.). Москва — Санкт-Петербург. Взято с <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/5125>.
- Душенко, К. (2007). *Мысли и изречения древних с указанием источника*. Москва: ЭКСМО.
- Гофман, А. (2001). *Семь лекций по истории социологии: учебное пособие для вузов*. (5-е изд.). Москва: Книжный дом «Университет». 216 с.
- Арон, Р. (2000). *Мир і війна між націями*. В. Шовкун, З. Борисюк та Г. Філіпчук (пер. з фр.). Київ: МП «Юніверс». 688 с.
- Spruyt, H. (1994). *The Sovereign State and Its Competitors An Analysis of Systems Change*. Princeton University Press.
- Sahlins, M. (1972). *Stone Age Economics*. Aldine-Atherton. Chicago. xiv, 348 pp.
- Polanyi, K. (1995). *La Grande Transformation: Aux origines politiques et économiques de notre temps*. Paris: Gallimard.
- Modelski, G., Devezas, T., William R. (2011, May). *Globalization as Evolutionary Process: Modeling Global Change*. London: Routledge.

References

- Plutarch (1994). *Comparative biographies in two volumes. (2nd ed., Revised and amended)*. (trans. M. Botvinnik, I. Perelmutera). (Volume II. Part of “Alexander and Caesar”, p. 7). Moscow: “Nauka”. [In Russian].
- Machiavelli, N. (1998). *Florentine Chronicles*. Derzhavets. (Trans. from Italian). Kyiv: «Osnovy». [In Ukrainian].
- Malyavin, V. (2007). *Confucius*. Moscow: “Molodaya gvardiya”. [In Russian].
- Laërtius, Diogenes (1986). *On the life, teachings and sayings of famous philosophers*. (2nd ed.). A. Losev (Volume editor and author of the introductory article). Moscow: “Mysl”. 571 p. [In Russian].
- Karabushchenko, P. (1998). *Plato's elitology (ancient aspects of the philosophy of being chosen): monograph*. Moscow — Astrakhan. 148 p. [In Russian].
- Ivanov, A. (1912). *Materials on the Chinese philosophy. Introduction School of Fa. Han Fei Tzu*. St. Petersburg. p. 227-228. [In Russian].
- Jullien, F. (1999). *Plato's elitology (ancient aspects of the philosophy of being chosen): monograph*. B. Krushnyak (Transp. from French). Moscow — St. Petersburg. Retrieved from <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/5125>. [In Russian].
- Dushenko, K. (2007). *Thoughts and sayings of the ancients, indicating the source*. Moscow: “Eksmo”. [In Russian].
- Hoffman, A. (2001). *Seven lectures on the history of sociology: a textbook for universities*. (5th ed.). Moscow: University Book House. 216 p. [In Russian].
- Aron, R. (2000). *Peace and war between nations*. V. Shovkun, Z. Borisjuk and

-
- G. Filipchuk (transl. from French). Kyiv: МР “Universe”. 688 p. [In Ukrainian].
- Spruyt, H. (1994). *The Sovereign State and Its Competitors An Analysis of Systems Change*. Princeton University Press. [In English].
- Sahlins, M. (1972). *Stone Age Economics*. Aldine-Atherton. Chicago. xiv, 348 pp. [In English].
- Polanyi, K. (1995). *La Grande Transformation: Aux origines politiques et économiques de notre temps*. Paris: Gallimard. [In French].
- Modelski, G., Devezas, T., William R. (2011, May). *Globalization as Evolutionary Process: Modeling Global Change*. London: Routledge. [In English].
- Надійшла до редколегії 24.01.2019 р.

Розділ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КНИГОЗНАВСТВА, БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВА ТА БІБЛІОГРАФІЗНАВСТВА

Part 2. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF BOOK SCIENCE, LIBRARY SCIENCE AND BIBLIOGRAPHY

■ <https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.04>

УДК 028.02:027.4.022](045)

Н. А. Коржик, кандидат наук із соціальних комунікацій, старший викладач, Харківська державна академія культури, м. Харків

nktvlya@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-0305-2864>

БІБЛІОТЕРАПЕВТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ СУЧАСНОЇ ПУБЛІЧНОЇ БІБЛІОТЕКИ

Досліджено діяльність сучасних українських бібліотечних установ щодо ефективності використання ними бібліотерапевтичного інструментарію, розглянуто сучасний бібліотерапевтичний інструментарій та його популярні напрями, проаналізовано діяльність бібліотек та проведені ними заходи, обґрунтовано основні напрями застосування бібліотерапії в обслуговуванні користувачів. Висновано, що бібліотека впевнено реалізує багатofункціональність бібліотерапії, але бібліотеки для дорослих ще не достатньо активно використовують увесь потенціал бібліотерапевтичного інструментарію та інших популярних напрямів терапії.

Ключові слова: бібліотерапія, бібліотерапевтичний інструментарій, публічна бібліотека, книга, казкотерапія, Україна.

Н. А. Коржик, кандидат наук по социальным коммуникациям, старший преподаватель, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

БИБЛИОТЕРАПЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЧНОЙ БИБЛИОТЕКИ

Исследована деятельность современных украинских библиотечных учреждений по эффективности использования ими библиотерапевтического инструментария, рассмотрено современный библиотерапевтический инструментарий и его популярные направления, проанализирована деятельность библиотек и проводимые ими мероприятия, обоснованы основные направления применения библиотерапии в обслуживании пользователей. Подытожено, что библиотека уверенно реализует multifunctionality библиотерапии, но библиотеки для взрослых еще не достаточно активно используют весь потенциал библиотерапевтической инструментария и других популярных направлений терапии.

Ключевые слова: библиотерапия, библиотерапевтический инструментарий, публичная библиотека, сказкотерапия, Украина.

N. A. Korzhyk, Candidate of Science in Social Communications, senior lecturer, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

BIBLIOTHERAPEUTIC RANGE OF TOOLS FOR MODERN PUBLIC LIBRARIES

Relevance. A modern public library is the most available socio-cultural institution for the population, which, due to its hedonic and recreational functions, has the opportunity to apply various bibliotherapeutic tools to user servicing. Currently, bibliotherapy is relevant, since it has powerful resources available for use that promote developing skills and abilities to confront extraordinary situations, to strengthen the will of power, to increase the educational and intellectual level with the help of the main tool, namely books and methods for its proper use in the context of psycho-emotional stress.

The aim of this paper is to identify the current state and effectiveness of using the bibliotherapeutic tools in public libraries in the process of user servicing.

Research methodology. The article examines the work of modern Ukrainian library institutions concerning the effectiveness of using the bibliotherapeutic tools. The author analyzes the carried out activities and substantiates the main areas of using bibliotherapy.

Results. The paper states that libraries steadily implement the multifunctionality of bibliotherapy, but adult libraries insufficiently use the bibliotherapeutic resources and other popular therapies that provide real help in servicing all categories of users, namely, senior citizens, socially and economically disadvantaged groups, persons with disabilities, settlers, war veterans and others, involving a wide range of functions from rehabilitation to the development. This area of work of modern public libraries needs more systematic and goal-oriented implementation.

Novelty. The paper is the first attempt to analyze and identify the current state and efficiency of using the bibliotherapeutic tools by public libraries in Ukraine in the process of user servicing.

The practical significance. The author analyzes the functions of bibliotherapy and bibliotherapeutic tools, their use in public libraries, presents an idea of a wide range of opportunities for this area of user service.

Key words: *bibliotherapy, bibliotherapeutic range of tools, public library, book, fairy-tale therapy, Ukraine.*

Постановка проблеми. Сучасна публічна бібліотека є найдоступнішим для широких верств населення соціокультурним закладом, який завдяки своїй гедонічній та рекреаційній функціям має можливість застосовувати різноманітний бібліотерапевтичний інструментарій у процесі обслуговування користувачів.

Економічна та соціально-політична криза українського суспільства, часті стреси (*Українська правда; Подробности-ТВ, 2017*) й агресивний вплив великих обсягів новинної та рекламної інформації (Булах, 2008), що транслюється нескінченним потоком через різноманітні комуніка-

ційні канали, викликають емоційне перенапруження людини, котре призводить до конфліктів, психологічних розладів, відчуження та інших проблем. Як свідчить досвід роботи бібліотек, багато проблем можна усунути за допомогою бібліотерапевтичних методів, які є доступними та ефективними в якісному бібліотечному обслуговуванні.

Нині бібліотерапія актуальна, оскільки має значний, загальнодоступний інструментарій, який формує навички та здібності протистояти неординарним ситуаціям, зміцнює силу волі, підвищує освітній та інтелектуальний рівні за допомогою головного інструменту — книги та методик правильного її застосування в умовах психоемоційних переважань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні підвалини бібліотерапії сформулювали ґрунтовні дослідження відомих фахівців: Ю. Дрешер (2007; 2009), О. Кабачек (2001), І. Борецької (2007), Н. Демчука (2017); методики ефективної організації читання висвітлені в працях Л. Сильченкової (2010), А. Міллер (1974).

Так, А. Міллер визначає три основні напрями розроблення проблем бібліотерапії:

- а) бібліознавчий напрям;
- б) бібліотерапія як компонент психотерапії;
- в) бібліотерапія як допоміжна або рівноправна складова лікування під час неврозів або соматичних захворювань (1974).

Для допомоги користувачам бібліотерапія має широкий спектр методів для подолання:

- проблемних вікових ситуацій (питань) завдань молоді (Гузій);
- психотерапевтичних проблем (Ногачевська, 2014);
- продуктивного подолання страхів у дітей (Башкірова, 2011);
- проблем особистісного розвитку молоді (Верхова, 2007);
- проблем та застосування технологій соціокультурної реабілітації інвалідів (Хубулура; Лісіна, 2016).

Незважаючи на велику кількість праць, які висвітлюють теоретико-методичні та організаційно-технологічні аспекти бібліотерапії, застосування її в публічних бібліотеках України досліджено недостатньо.

Мета статті — виявити сучасний стан використання, рівень та ефективність застосування бібліотерапевтичного інструментарію публічними бібліотеками в процесі обслуговування користувачів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний бібліотерапевтичний інструментарій об'єднує такі популярні напрями, як:

- а) **казкотерапія** — лікування казками — метод, що використовує казкову форму для розвитку особистості та її творчих здібностей, розширення свідомості й удосконалення взаємодії з навколишнім середовищем.

Основні питання та методика застосування казкотерапії висвітлено в працях В. Алексеєнко (2008), Т. Зінкевич (2001), А. Михайлова (2002), О. Кабачек (2001), А. Руденко (2017), Дж. Родарі (1990), А. Гнезділова (2003).

Серед можливостей казкотерапії:

- спільне відкриття разом з дитиною тих знань, які «живуть» у душі та є для неї психотерапевтичними в певний момент (Зінкевич-Євстигнєєва, 2001);
- створення зв'язків між казковими подіями й поведінкою в реальному житті; перенесення казкового сенсу до реальності (Пропп, 1998).

У казкотерапії головними терапевтичними інструментом є зміст і особливості виконання казки. Мета казкотерапії – нівелювання дитячих страхів, що супроводжують розвиток, заспокоєння дітей і пропонування їм способів подолання дитячих проблем і труднощів: внутрішніх, між ровесниками, в родині, у оточенні та ін. (*Львівська обласна бібліотека для дітей*).

Л. Хижняк (2013) вважає, що основний принцип казкотерапії – цілісний розвиток особистості, турбота про душу, зцілення казкою. Суть методу казкотерапії полягає в тому, що казка доступно пояснює, що добре, а що погано.

Можливості роботи з казкою:

- використання її як метафори;
- малювання за мотивами казки;
- обговорення поведінки й мотивів дій персонажів для виявлення оцінки людини в категоріях: добре – погано;
- відтворення епізодів казки; використання казки як притчі-моралі;
- творча робота за мотивами казки (дописування, переписування, робота з казкою) (Лекции.Нет, 2015).
- казки з оркестром (аудіо-спектаклі для найменших) – озвучені версії відомих казок у супроводі симфонічного оркестру.

Лялькотерапія – різновид казкотерапії, який передбачає пошиття ляльки-маріонетки, що по суті являє собою казкотерапевтичний тренінг (або лікувальний процес) (Назаренко).

б) **арт-терапія** (художня терапія) – давня та природна форма корекції емоційного стану або вид психотерапії та психокорекції, що базується на мистецтві й творчості (термін запропоновано А. Хілом ще в 1938 р.). Арт-терапія дозволяє гармонізувати та розвивати особистість за допомогою творчого самовираження, відтворити й висловити внутрішні почуття, переживання.

Основні види та техніки арт-терапії: малювання; колаж (для роботи використовуються журнальні й газетні вирізки); ліплення (за допомо-

гою глини, пластиліну, тіста); фототерапія; маскотерапія; пісочна терапія (терапія через творче самовираження).

в) **музикотерапія** — це психотерапевтичний метод, оснований на лікувальному впливі музики на психологічний стан людини (переважно використовується класична музика) (*SPUTNIK, 2016*).

г) **графоманія** — терапія через самовираження, методика самозцілення. Лікувальним є сам процес написання тексту, під час якого людина позбавляється від негативних емоцій. Практика виписування існувала ще в навчально-виховних закладах часів дворянства, велися щоденники, що вважалося здоровою гігієнічною звичкою (Назаренко, 2016; Нікітіна, 2011). Сучасні психологи теж рекомендують виписувати негативні емоції на папір для полегшення психічного стану.

Аналогічним сучасним методом релаксації є блоготерапія, яку характеризують так: «сам собі письменник, або творчий метод вирішення проблем» (Нікітіна, 2011).

Лікувальний вплив книги на людину відзначено ще в давні часи, сам термін «бібліотерапія» розкриває сутність і особливості цього напрямку діяльності. Назва «bibliotherapy» походить від лат. «biblion» та гр. «therapia» — «книга+терапія», тобто дослівно «лікування книгою» (*Українська бібліотечна енциклопедія, 2015*).

В «Українській бібліотечній енциклопедії» термін «бібліотерапія» тлумачиться як «комплексна наукова дисципліна, що вивчає закономірності смислового та емоційного сприйняття текстів і розробляє методи психологічної корекції особистості за допомогою читання (або прослуховування) спеціально підібраних текстів з книг та інших носіїв інформації» (*Українська бібліотечна енциклопедія, 2015*), тобто сьогодні бібліотерапія має значно більше інструментів для діяльності, не лише друковані книги, а й електронні, аудіальні, мультимедійні, інтерактивні та тощо.

Бібліотерапія поділяється на нецілеспрямовану (та, що застосовується для підняття настрою, відволікання від нав'язливих думок про хворобу) та цілеспрямовану (ту, що сприяє вихованню сили волі, оптимізму, віри в себе) (Дрешер, 2007).

Цей вид терапії поділяється на три типи: лікувальний, реабілітаційний та психогігієнічний (Дрешер, 2007, 2009). Кожний із цих напрямів має свої особливості застосування та методи використання в обслуговуванні користувачів.

Під час застосування бібліотерапевтичних інструментів важливо пам'ятати про основні функції бібліотерапії, які відображають потреби користувачів різних категорій та передбачають певні цілі (лікувальні, розвиваючі, виховні, адаптивні тощо):

- 1) адаптаційна функція (застосовується частіше для дітей, молоді та людей похилого віку);
- 2) функція ресоціалізації (для користувачів з асоціальними проблемами);
- 3) профілактична функція (для користувачів, котрим загрожують емоційні проблеми);
- 4) розвиваюча функція (для всіх користувачів, хто переживає різноманітні труднощі та проблеми зростання й розвитку);
- 5) релаксаційна;
- 6) гедонічна;
- 7) інформаційна (рекомендаційна) (Дрешер, 2007, 2009).
Є. Холостова (2013) та Л. Кононова (2013) вважають, що бібліотерапія виконує такі функції:

- проявлення індивідуальної свідомості;
- поліпшення розуміння людиною своєї поведінки або мотивацій;
- сприяння формуванню адекватної самооцінки;
- допомога людині у визначенні її інтересів та схильностей;
- полегшення наслідків стресу;
- доведення, що існує більше, ніж одне рішення проблеми;
- допомога людині в обговоренні проблеми;
- планування правильних дій під час вирішення проблеми;
- сприяння самопізнанню, самореалізації та самоактуалізації (А. Маслоу), досягнення психологічної (емоційної) зрілості.

Крім функцій та напрямів бібліотерапія, поділяється на вікові категорії: діти, підлітки, молодь, дорослі, люди похилого віку (Гузій).

На сьогодні найпопулярнішим бібліотерапевтичним напрямом серед бібліотекарів у роботі з дитячим контингентом є казкотерапія.

Аналіз функцій бібліотерапії та бібліотерапевтичних інструментів її застосування в бібліотеці засвідчує достатньо широкий спектр можливостей цього напрямку діяльності в обслуговуванні користувачів.

Згідно з результатами контент-аналізу бібліотерапевтичного інструментарію бібліотек України, бібліотеки застосовують його недостатньо (переважно публічні бібліотеки та бібліотеки закладів освіти).

За результатами контент-аналізу, з'ясовано, які саме найпопулярніші практичні напрями та функції бібліотерапевтичної діяльності застосовують бібліотеки. Виявлено, що вони між собою різняться залежно саме від потреб користувачів.

Серед засобів бібліотерапії найпоширенішими та найрозвинутішими є бібліографічні рекомендаційні списки та роз'яснювальні статті.

Можна виокремити такі бібліотеки, що застосовують ці функції: на сайті Національного університету біоресурсів і природокористуван-

ня України представлена стаття на тему «Бібліотерапія: відпочивайте разом з книгою» (м. Київ); на сайті Центральної міської бібліотеки Харкова імені В. Г. Белінського опублікована стаття Н. М. Глущенко «Використання бібліотерапії в роботі з читачами-дітьми», а в ресурсах Харківської державної наукової бібліотеки імені В. Г. Короленка до уваги представлена стаття С. К. Бондаренко «Історична психологія читання в контексті бібліотерапії» (м. Харків). На сайті Рівненської обласної бібліотеки для дітей оприлюднено рекомендаційні списки саме для цієї категорії користувачів; у Дніпропетровській обласній бібліотеці для молоді імені М. Светлова та в ЦБС для дорослих Одеси представлені численні рекомендаційні списки бібліотерапевтичної тематики; у Запорізькій ЗОШ № 103 запропоновано статтю «Бібліотерапія: какиє захворювання може вилечить література»; уманські публічні бібліотеки оприлюднили проект «Інклюзивна освіта в бібліотеці» (бібліотерапія)); Миколаївська обласна універсальна наукова бібліотека висвітлила свій бібліотерапевтичний досвід у статті «Читання-лікування, або Як зцілює бібліотерапія»; Миколаївська обласна бібліотека для дітей імені В. Лягіна запропонували для своїх користувачів рекомендаційні списки за темами: «Лікування книгою, або бібліотерапія» або «Сказка лечит душу»; Вінницька ЦМБ імені Бевза теж надає своїм користувачам рекомендаційні списки, як і Бахмутська обласна бібліотека «Бібліотерапія: гарна книга — гарний настрій!».

Інформаційна функція бібліотерапії застосовується не лише для користувачів, а й для бібліотекарів. З метою збагачення досвіду та розширення спектра бібліотерапевтичного інструментарію бібліотеки проводять семінари, майстер-класи.

Так, Лубенська Центральна районна бібліотека імені Володимира Малика (м. Полтава) провела семінар: «Бібліотерапія — складова соціальної роботи бібліотек». На семінарі розглядали такі основні питання: бібліотерапія як інноваційна форма психологічної допомоги читачеві; опанування методиками бібліотерапії; арт-терапія — оздоровлення за допомогою мистецтва; казкотерапія як «молодша сестра» бібліотерапії; методика проведення казкотерапевтичних заходів у бібліотеках; книги, які допоможуть дітям.

Цікавим і продуктивним виявився проведений фахівцями Львівської обласної бібліотеки для дітей методичний семінар «Бібліотерапія в бібліотеках для дітей. Від теорії до практичної діяльності».

Майстер-клас «Зцілення книгою, або бібліотерапія в сучасній дитячій бібліотеці», проведений у Чернігівській обласній бібліотеці для дітей, засвідчив можливості книги. Під час професійної дискусії «Бібліотерапія — модна тенденція чи необхідність?» учасники визна-

чили важливі аспекти цієї діяльності в сучасній бібліотеці. Дитячі бібліотекарі впевнені, що читання та книга дійсно можуть підтримати та зміцнити душу й тіло не лише дітей, а й їхніх батьків.

Прикладом адаптаційної, культурно-просвітницької та виховної функцій ефективного застосування може бути бібліотерапевтичний захід, проведений Науковою бібліотекою Харківського національного медичного університету, під назвою «Волонтерська діяльність бібліотек». Результатом діяльності став благодійний проект «Світ у дитячих долонях», мета якого — допомога в організації проведення дозвілля дітей, котрі потребують особливої уваги (пацієнти онкологічних відділень дитячих лікарень та вихованці дитячих будинків Харкова). Слід підкреслити, що в роботі із цими дітьми бібліотека застосовувала бібліотерапію в поєднанні з арт-терапією.

Адаптаційна функція бібліотерапії найкраще розкривається в роботі з людьми похилого віку: Харківська обласна наукова універсальна бібліотека реалізує проект «Бібліотека і люди похилого віку», у межах якого діють наступні напрями: бібліотерапія як засіб психологічної адаптації; клуби спілкування; взаємодія бібліотеки зі службою соціального забезпечення населення, органами місцевого самоврядування, медичними установами, школою, церквою; нестационарне інформаційне обслуговування людей похилого віку за допомогою книгонош.

Публічна бібліотека імені Лесі Українки (Київ) ініціювала цікавий проект «Бібліотерпія: твоя книга щастя» його мета за допомогою книги та читання сприяти подоланню складних «кризових» моментів життя.

Василівська центральна районна бібліотека для дорослих з метою поліпшення настрою та позитивного впливу на психоемоційний стан пацієнтів Центральної районної лікарні організувала та розмістила в установі «Бібліоаптечку», до складу якої долучили цікаві книги життєстверджуючого змісту.

Казкотерапія найактивніше застосовується в Харківській обласній бібліотеці для юнацтва: у межах проекту «Бібліотерапія та казкотерапія як напрямок сучасної психології» бібліотека проводить сеанси казкотерапії, демонструє музичну казку «Дружба» та виставу «Композитори»; ЦБ імені Д. І. Писарева проводять заняття з казкотерапії «Школа чаклунів» в межах проекту «Школа здорової особистості».

У Львівській обласній бібліотеці для дітей популярними є заходи бібліо- та казкотерапії.

Важливою функцією бібліотерапії є реабілітаційна, що найкраще розкривається у таких заходах, як, наприклад, курс «Лікування книгою (бібліотерапія) ветерана АТО» та «Бібліотерапія для солдатів», проведений Тернопільською Центральною дитячою бібліотекою для ветеранів АТО; проект «Бібліотерапія. Співпраця заради майбутнього», біб-

ліотерпія ЦБС м. Коростень, що передбачає тематичні зустрічі з учасниками АТО, виявлення та реалізацію книжкових вподобань захисників Вітчизни.

У Харківській обласній бібліотеці для юнацтва ефективними стали — заходи для дітей переселенців, зокрема гуртки кризової допомоги «Бібліотерапія та казкотерапія як напрямок сучасної психології».

Отже, поширення бібліотерапевтичного інструментарію в публічних бібліотеках України є суттєвим, але резерви його застосування ще незначні.

Висновки. Таким чином, бібліотека впевнено реалізує багатофункціональність бібліотерапії, але бібліотеки для дорослих ще не достатньо активно використовують увесь потенціал бібліотерапевтичного інструментарію та інших популярних напрямів терапії, котрі надають реальну допомогу під час обслуговування всіх категорій користувачів: людей похилого віку, соціально незахищених, осіб з інвалідністю, переселенців, учасників бойових дій та інших, застосовуючи однак широкий спектр функцій: від реабілітації до розвитку. Цей напрям роботи сучасної публічної бібліотеки потребує системної та цілеспрямованої реалізації.

Дослідження потенціалу бібліотерапевтичного інструментарію та використання його бібліотеками є **перспективним напрямом** бібліотечного обслуговування, оскільки надасть можливість запропонувати користувачам якісно нові послуги.

Список посилань

- Алексеевко, В. и Лощина, Я. (2008). *Играем в сказку*. Москва: Рипол классик.
- Башкирова, Е. Н. (2011). Библиотерапия — продуктивный метод преодоления страхов у детей. *Воспитание школьников*, 7, 54–57.
- Бібліотерапія. (2015). *Українська бібліотечна енциклопедія*. Узято з <http://ubc.nplu.org/article/%D0%91%D1%96%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BE%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%BF%D1%96%D1%8F>
- Бібліотерапія в бібліотеках для дітей. *Львівська обласна бібліотека для дітей*. Узято з <http://lodb.org.ua/nashi-proekty/navchalno-biblioterapevtichnij-centr-kovcheg/novyny-kovchega/biblioterapiya-v-bibliotekah-dlya-ditej>
- Кабачек, О. Л. (2001). *Библиотерапия: задачи, подходы, методы*. Москва: БМЦ.
- Борецка, И. (2007). *Библиотерапия*. Гродно: ГрГУ. Узято из <http://www.twirpx.com/file/757577>
- Булах, Т. Д. (2008). *Классификация рекламы у книгоиздании та книго розповсюдженні*. Узято з <https://core.ac.uk/download/pdf/11890789.pdf>
- Верхова, Ю. Л. (2007). Библиотерапия как средство личностного развития студентов. *Библиотековедение*, 5, 71–74.
- Дрешер, Ю. Н. (2007). *Библиотерапия: полный курс*. Москва: «Фаир».
- Дрешер, Ю. Н. (2009). *Библиотерапевтическая деятельность: методология и методика*. Москва: Либерия-Бибинформ.

- Демчук, Н. (2017). *Соціоніка як платформа бібліотерапевтичних практик XXI століття*, INFORMATION COMMUNICATION, SOCIETY (ICS-2017) 18–20 MAY 2017, SLAVSKE UKRAINE. Узято з http://www.academia.edu/33194496/Соціоніка_як_платформа_бібліотерапевтичних_практик_XXI
- Гнездилов, А. В. (2003). *Авторская сказкотерапия. Дым старинного камина (сказки доктора Балу)*. Санкт-Петербург: Речь.
- Гузій, Н. С. Использование методов библиотерапии в решении возрастных задач юности. Взято из https://vlgr.ranepa.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1057
- Зинкевич-Евстигнеева, Т. Д. (2001). *Практикум по креативной терапии*. Санкт-Петербург: Речь.
- Кабачек, О. Л. (2001). *Сказка в век комп'ютера*. Москва: Либерей.
- Миллер, А. М. (1974). *Библиотерапия и библиотеки для пациентов. Указатель Литературы*. Харьков.
- Михайлова, А. Я. (2002). *Современный ребенок и сказка: проблемы диалога*. Москва.
- Музыкотерапия: лечение души и тела (2016). *SPUTNIK*. Взято из <https://sputnik-georgia.ru/reviews/20161130/234018061/Muzykoterapija-lechenie-dushi-i-tela.html>
- Назаренко, Е. *Куклотерапия — в помощь сказкотерапии*. Взято из <https://www.live-and-learn.ru/catalog/article/kukloterapiya-v-pomoshch-skazkoterapii/>
- Назаренко, Е. *Секрет графомана: графомания как психотерапия*. Взято из <https://www.live-and-learn.ru/catalog/article/sekret-grafomana-grafomaniya-kak-psikhoterapiya/>
- Никитина, Т. *Сам себе писатель, или Творческий метод решения проблем*. Взято из https://www.live-and-learn.ru/catalog/article/sam-sebe-pisatel-ili-tvorcheskiy-metod-resheniya-problem/?sphrase_id=44022
- Ногачевська, І. О. (2014). Потенціал бібліотерапії у психотерапевтичній допомозі молоді. *Психологія: реальність і перспективи*, 3, 115–117.
- Пропп, В. (1998). *Структурное и историческое изучение волшебной сказки. Трансформация волшебных сказок. Комулятивная сказка. Поэтика фольклора*. Москва.
- Родари, Дж. (1990). *Грамматика фантазии: Введение в искусство придумывания историй*. (2-е изд.). Москва: Прогресс.
- Руденко, А. (2017). *Ігри і казки, які лікують*. Київ: «Основа».
- Сильченкова, Л. С. (2010). Психология формирования механизма чтения. *Начальная школа*, 7, 74–80.
- Сказкотерапия. *Лекции.Нет*. Взято из <http://leksi.net/1-119181.html>
- Соціологи виявили, від чого найчастіше відчують стрес українці (2018). *Українська правда*. Взято из <https://life.prawda.com.ua/health/2018/02/20/229098/>
- Українці стрімко старіють через стрес та спосіб життя (2017). *Подробности-ТВ*. Взято з <http://podrobnosti.ua/2198396-ukrants-strmko-starjut-cherez-stresta-sposob-zhittja.html>

- Хижняк, Л. О. (2013). Казкотерапія як дієвий засіб розвитку психічних властивостей молодших школярів. *Освіта.ua*. Взято из http://osvita.ua/school/lessons_summary/psychology/38675/
- Холостова, Е. И. и Кононова, Л. И. (2013). *Технология социальной работы*. Москва: Дашков и К°.
- Хубулури, Е. И. и Лисина, О. А. (2016). Библиотерапия как технология социокультурной реабилитации инвалидов по зрению. *Nauka-rastudent.ru*, 12(036). Взято з <http://nauka-rastudent.ru/36/3804/>.

References

- Alekseyenko, V. i Loshchinina, Ya. (2008). *We play a fairy tale*. Moscow: Ripol Klasik. [In Russian].
- Bashkirova, E. N. (2011). Bibliotherapy as a productive method to overcome fears in children. *An education of pupils*. 7, 54–57. [In Russian].
- Bibliotherapy. (2015). *Ukrainian Library Encyclopedia*. Retrieved from <http://ubc.nplu.org/article/%D0%91%D1%96%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BE%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%BF%D1%96%D1%8F>. [In Ukrainian].
- Bibliotherapy in libraries for children. *Lviv Regional Library for Children*. Retrieved from <http://lodb.org.ua/nashi-proekty/navchalno-biblioterapevtichnij-czentr-kovcheg/novyny-kovchega/biblioterapiya-v-bibliotekax-dlya-ditej>. [In Ukrainian].
- Kabachek, O. L. (2001). *Bibliotherapy: tasks, approaches, methods*. Moscow: BMTs. [In Russian].
- Boretska, I. (2007). *Bibliotherapy*. Grodno: GrGU. Retrieved from <http://www.twirpx.com/file/757577/> [In Russian].
- Bulakh, T. D. (2008). *Classification of advertising in book publishing and distribution of books*. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/11890789.pdf>. [In Ukrainian].
- Verkhova, Yu. L. (2007). Bibliotherapy as a means of students' personal development. *Library science*. 5, 71–74. [In Russian].
- Dresher, Yu. N. (2007). *Bibliotherapy: full course*. Moscow: «Fair». [In Russian].
- Dresher, Yu. N. (2009). *Bibliotherapeutic activities: methodology and methods*. Moscow: Libereya-Bibinform. [In Russian].
- Demchuk, N. (2017). *Socionics as a platform for bibliotherapeutic practices of the 21st century*, Information Communication, Society (Ics-2017) 18-20 May 2017, Slavske Ukraine. Retrieved from http://www.academia.edu/33194496/Соціоніка_як_платформа_бібліотерапевтичних_практик_XXI. [In Ukrainian].
- Gnezdilov, A. V. (2003). *Authorial fairy tale therapy. The smoke of an old fireplace (fairy tales by Dr. Balu)*. Saint Petersburg: Rech. [In Russian].
- Guziy, N. S. The use of the methods of bibliotherapy in solving age problems of youth. Retrieved from https://vlgr.ranepa.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1057. [In Russian].
- Kabachek, O. L. (2001). *A fairy tale in the computer era*. Moscow: Libereya. [In Russian].

- Miller, A. M. (1974). *Bibliotherapy and libraries for patients. Index of Literature*. Kharkiv. [In Ukrainian].
- Mikhaylova, A. Ya. (2002). *Modern children and a fairy tale: the issues of a dialogue*. Moscow. [In Russian].
- Music therapy: treatment of body and soul (2016). *SPUTNIK*. Retrieved from <https://sputnik-georgia.ru/reviews/20161130/234018061/Muzykoterapija-lechenie-dushi-i-tela.html>. [In Russian].
- Nazarenko, E. Doll therapy in aid to fairy tale therapy. Retrieved from <https://www.live-and-learn.ru/catalog/article/kukloterapiya-v-pomoshch-skazkoterapii/>. [In Russian].
- Nazarenko, E. *Graphomaniac's Secret: Graphomania as Psychotherapy*. Retrieved from <https://www.live-and-learn.ru/catalog/article/sekret-grafomana-grafomaniya-kak-psikhoterapiya/>. [In Russian].
- Nikitina, T. *Write-it-yourself or a creative method for solving problems*. Retrieved from https://www.live-and-learn.ru/catalog/article/sam-sebe-pisatel-ili-tvorcheskiy-metod-resheniya-problem/?sphrase_id=44022 [In Russian].
- Nohachevska, I. O. (2014). The resources of bibliotherapy in psychotherapeutic support of young people. *Psychology: Reality and Perspectives*, 3, 115–117. [In Ukrainian].
- Propp, V. (1998). *Structural and historical study of the fairy tale. Transformation of fairy tales. Commentary tale. Poetics of folklore*. Moscow. [In Russian].
- Rodari, G. (1990). *Grammar of fantasy: An introduction to the art of inventing stories*. (the 2nd ed.). Moscow: Progress. [In Russian].
- Rudenko, A. (2017). *Games and fairy tales that treat*. Kyiv: Osnova. [In Russian].
- Silchenkova, L. S. (2010). The psychology of the developing the mechanism of reading. *Primary School*, 7, 74–80. [In Russian].
- Fairy tale therapy. *Lektii.Net*. Retrieved from <http://lektii.net/1-119181.html>. [In Russian].
- Social scientists have identified the reasons of stress among the Ukrainians (2018). *Ukrainska pravda*. Retrieved from <https://life.pravda.com.ua/health/2018/02/20/229098/>. [In Ukrainian].
- The Ukrainians are rapidly aging due to stress and lifestyle (2017). *Podrobnosti-TV*. Retrieved from <http://podrobnosti.ua/2198396-ukrants-strmko-starjut-cherез-stres-ta-sposb-zhittja.html>. [In Ukrainian].
- Khyzhniak, L. O. (2013). Fairytale therapy as an effective means of developing the mental properties of junior pupils. *Osvita.ua*. Retrieved from http://osvita.ua/school/lessons_summary/psychology/38675/. [In Ukrainian].
- Kholostova, E. I., Kononova, L. I. (2013). *Technology of social work*. Moscow: Dashkov and K°. [In Russian].
- Khbuluri, E.I., Lisina, O. A. (2016). Bibliotherapy as a technology of sociocultural rehabilitation of the visually handicapped. *Nauka-rastudent.ru*, 12 (036). Retrieved from <http://nauka-rastudent.ru/36/3804/>. [In Russian].

Надійшла до редколегії 15.02.2019 р.

https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.05

УДК 027.5.022:021.8-027.543](489)(045)

Hans Elbeshausen, Ph. D, Associate Professor, Royal School of Library and Information Science, University of Copenhagen (Denmark)

HEL@hum.ku.dk

https://orcid.org/0000-0002-9245-9489

THE INTERNATIONALIZATION OF PUBLIC LIBRARIES — A DANISH CASE STUDY

This article deals with the question of how public libraries are facing the process of internationalization. In an empirical study, carried out between 2016 and 2018 as part of a government-funded project, the cooperation of small and medium-sized Danish libraries with corresponding foreign institutions was examined. Based on the concept of the path dependency of organizational decisions, the article investigates how strategic and structural measures as well as knowledge sharing and organizational learning support transnational cooperation. Initial results indicate that Danish libraries have taken very different paths to internationalization. The different paths they have taken are above all determined according to the local cultural policy, the institutional environment, the size of the library and the international commitment of staff and management.

Keywords: *Internationalization, path dependency, public libraries, Denmark, transnational cooperation.*

Х. Ельбешгаузен, доцент, Королівська школа бібліотекознавства та інформатики Університету Копенгагена (Данія)

ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ПУБЛІЧНИХ БІБЛІОТЕК (НА ПРИКЛАДІ ДАНІЇ)

Актуальність. У нинішню добу глобалізації одним з найважливіших напрямів сучасного бібліотекознавства є теоретичне осмислення проблем та практичного досвіду інтернаціоналізації публічних бібліотек.

Мета статті — на прикладі Данії розглянути специфіку набуття нового досвіду та здійснення інституційних змін у процесі міжнародної співпраці.

Методологія. У статті використано аналітичний, емпіричний та порівняльний методи дослідження.

Результати. Проаналізовано результати емпіричного дослідження, виконаного у 2016–2018 рр. в рамках урядового проекту співпраці малих і середніх бібліотек Данії з відповідними зарубіжними закладами. Зазначено, що вибір того чи іншого шляху співпраці визначається, насамперед, такими факторами, як культурна політика країни, культурне оточення і розмір бібліотеки, а також міжнародними зобов'язаннями співробітників і керівництва. Історично діяльність бібліотек Данії була орієнтована на внутрішнього користувача. Протягом останніх 40 років міжнародна співпраця бібліотек Данії розвивалася переважно новим для країни шляхом участі в міжнародних проєктах і залучення мігрантів до користування бібліотеками. Нині зусилля данських бібліотекарів спрямовані на інституціоналізацію проєктно-орієнтованої міжнародної співпраці.

Новизна. Уперше здійснено докладний аналіз історичного розвитку, сучасного стану та перспектив розвитку інтернаціоналізації публічних бібліотек Данії.

Практичне значення. Ознайомлення з досвідом інтернаціоналізації бібліотек Данії, безперечно, може бути корисними для бібліотекарів-практиків та бібліотекознавців України під час міжнародної співпраці.

Ключові слова: *інтернаціоналізація, залежність від обраного шляху розвитку, публічні бібліотеки, Данія, міжнародна співпраця.*

Х. Эльбесгаузен, доцент, Королевская школа библиотекосведения и информатики Университета Копенгагена (Дания)

ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ПУБЛИЧНЫХ БИБЛИОТЕК (НА ПРИМЕРЕ ДАНИИ)

Статья посвящена проблеме интернационализации на примере публичных библиотек. Проанализированы результаты эмпирического исследования, проведенного в 2016–2018 гг. в рамках правительственного проекта сотрудничества малых и средних датских библиотек с соответствующими зарубежными заведениями. Исходя из концепции зависимости организационных решений от избранного пути сотрудничества, автор рассматривает вопрос о том, в какой степени стратегические планы, организационно-структурные мероприятия и распространение знаний способствуют международной кооперации. Выбор того или иного пути сотрудничества определяется, прежде всего, такими факторами как культурная политика страны, культурное окружение и размер библиотеки, а также международные обязательства сотрудников и руководства.

Ключевые слова: *интернационализация, зависимость от выбранного пути развития, публичные библиотеки, Дания, международное сотрудничество.*

Internationalization — a process of institutional change

The article starts with the question of why public libraries in Denmark show a specific and manifest pattern of collective learning and institutional change in their international activities. On the one hand, Scandinavian libraries have become deeply involved in international library organizations. Moreover, they have vigorously promoted the opening of the library space to ethnic minority groups; both activities are institutionally well embedded and play an important role in self-image of public libraries. However, an older scientific study on the international orientation of Danish library leaders comes to the paradoxical conclusion that annual IFLA congresses are frequented diligently by Danish participants, but mainly for discussing national topics (Pors & Johannsen 2003). The migration of ethnic groups to Western industrialized countries has also contributed to the internationalization of the library sector — a well-documented process of institutional change. Delica (2016) and Delica & Elbeshausen (2013) show that the integration of non-Western groups has led to a strategic reorientation

of public libraries in Denmark. Opening the library space has swallowed up a lot of time and energy.

Apart from that, there is no equally widespread transnational cooperation in other areas, although relatively large funds are available from the European Community or the Nordic Council of Ministers. Mainly larger libraries cooperate internationally – if at all. The library of Aarhus (second largest city in Denmark), for example, founded the development forum “Next Library” and established it worldwide. The library in Copenhagen (capital of Denmark) arranges regular meetings with libraries in the USA to discuss strategic measures to renew the library organization and to develop staff skills. A number of further transnational projects exists, but by no means to an extent comparable to the capacity of the Danish or Scandinavian library system.

In other words: the process of internationalization in the public libraries follows a selective pattern; institutional structures and agendas seem to support participation in international library organizations and the integration of ethnic minorities, but limit project-oriented transnational cooperation compared to university and research libraries. This leads us to the following questions:

Which circumstances restrain decisions to take a new development path, to initiate a process of institutional change and finally to institutionalize new rules and patterns of action? These questions are methodologically linked to the theory of historical institutionalism.

A theoretical and methodological outline

The article understands internationalization – similar to structural changes in university and research libraries – as an extension of the institutional context, so that strategies, activities and services of public libraries meet the requirements of a global knowledge society. Becker (2006) calls for an adjustment of the basic orientation so that infrastructure, technology and service activities of the library benefit all user groups equally – i.e. regardless of their national or ethnic origin. As shown in the former paragraph, public libraries in Denmark become strongly involved in international library organizations in the sense that they have included users with foreign cultural backgrounds on an equal footing in their services, but the libraries do not participate just as actively in transnational projects. (Elbeshausen & Delica 2018).

If one is less interested in functional than in historical explanations, a relevant theoretical approach to understanding the selective internationalization pattern is historical institutionalism (Morisse-Schilbach 2006). Hall and Taylor define institutions as “formal or informal procedures, routines, norms and conventions embedded in the organizational structure

of the polity or political economy. ... In general, historical institutionalists associate institutions with organizations and the rules or conventions promulgated by formal organization" (1996; p. 938).

Based on this relatively broad understanding of institutions, it is analytically assumed that some norms, conventions and routines rather than others have the capacity to establish themselves as dominant organizational and cognitive patterns. If dominant patterns become even more entrenched over time, organizations will be bound to certain paths of development both in terms of ideas and in terms of behavior. Resistant to internal and external influences, organizations therefore petrify and the creative behavior of their members will stifle. Historical institutionalism describes situations as critical, in which the course is set for the future by imposing a specific set of rules and norms on the organization. Strambach (2008) explains resistance to change by the fact that institutions coin individual and collective learning activities, which decisively influence the adoption of new knowledge and innovative innovations; they either support or limit innovative processes. As far as the intensity of institutional change is concerned, according to North (1990) path dependency only permits gradual and incremental change. In relation to the selective pattern of internationalization in Danish and Scandinavian public libraries, pivotal institutional traits in the library field support for example the engagement in international library organizations, but restrict project-oriented cooperation with foreign libraries, even though such cooperation would be relevant, reasonable and beneficial.

The article's approach to internationalization is concerned with concepts like critical junctures, path dependency, institutional legacy and institutional change. Path dependency and institutional change have been described and discussed in detail elsewhere (North 1990; Pierson 2000). Therefore, only a brief reference to the concept of critical junctures and institutional legacies will be made.

Junctures are classified as critical if they interrupt the flow of historical events, override the legitimacy of existing institutional arrangements, create new robust paths of development, and anchor them so fundamentally in organizational fields that they can hardly be changed in the future (Capoccia, G., & Kelemen, 2007). The large-scale migration between 1970 and 2000 is such a crossroad – both for Scandinavian societies and for libraries.

The concept of institutional legacy deals with the phenomenon that existing institutional orders do not simply disappear when they are out of their time. Existing orders represent organizational experiences, knowledge and skills that have been successful for problem solving in the past. Institutional legacies are latent collective knowledge. They promote or hinder change processes, which depends on how powerful they are (Greve & Rao 2014).

Mahoney & Thelen point out that institutional legacies lead to conflicts at the behavioral level: "While defenders of the status quo may be able to preserve the original rules, they are unable to prevent the introduction of amendments and modifications" (2010 p.17).

Methodologically, research was initiated with the documentation of projects and patterns of international cooperation, since there is no systematic research on this topic. This took place as part of the two-year "Sherpa" project, which was funded by the Agency for Culture and Palaces (Ministry of Culture) and carried out by the central libraries in Roskilde and Odense. The empirical basis for this study consists of seven interviews with decision-makers and project managers in the Danish library system. All the material is summarized in a so-called Green Paper (Odense Biblioteker & Roskilde Biblioteker 2018).

The interviewees were selected because of two considerations; decision-makers were interviewed to explore strategic options and limitations; project makers were asked to provide information on particular challenges in initiating and implementing international projects. In addition to the interviews, there is also a brief overview of existing international projects. The interviews mainly focused on library units that are able to manage international projects in terms of organization and competence and that have international activities of any kind.

Patterns of cooperation in international library projects

If one examines the empirical material and searches for clear patterns or seeks out specific development paths or learning curves, one quickly comes to the conclusion that no highway but many different paths lead to international project-oriented cooperation. For example, expectations expressed in relation to the Sherpa project mentioned above, namely that special incentives would stimulate the interest of libraries to apply for funding from the European Union (EU) or the Nordic Council of Ministers, were not met. As far as funding is concerned, it can at least be said that such library units, which already have a clear international profile and strategic orientation, make targeted use of the funds provided, for example, by the EU. This means that the use of subsidies is the result of an existing international profile, but not the cause of further internationalization. In this context, it should be noted that an internationally oriented library policy in Denmark is currently not specifically promoted at the national level.

Since around 2010, international project cooperation in the library sector has increased slightly. Whether this trend is a critical juncture in the sense of Capoccia and Kelemen needs to be examined more closely. Three examples may illustrate the different paths taken by the libraries participating in the study to be prepared to cooperate in international projects. They point at least to an increasing awareness of the challenges of internationalization.

1. In the first example, cooperation with the local university is seen as an opportunity to participate in EU-funded projects; the university has great expertise to raise funds, which makes it easier for the library itself to receive money to international projects. In the interview, one can also discover a different and more sophisticated strategy. The technology-based cooperation with the university creates and supports a specific development path for the library and gives its international activities a certain direction in the future: library as part of the smart city concept.

The cooperation with [the university] is not only strategic in order to gain access to EU funds. Cooperation also has synergy effects. Our interest in user-friendly library systems makes this cooperation particularly attractive for us. We are curious about their research results, which they have partly tested in our library. (Head of a central library in a university town)

The university is internationally recognized in robot technology. For the collaborating library, knowledge transfer and innovation is crucial for the smart-city-concept; international project cooperation seems to be a desired side effect, which results rather accidentally from the cooperation.

2. In the second example, the private international network of a librarian initiates international collaboration. In the beginning, internationalization is merely about supporting a library project in India; some librarians get together and start a crowdfunding campaign. As soon as the first project has been completed successfully, a new international project was developed based on the gained experiences. When the second project was launched, it was met with a very positive response both nationally and internationally. The positive start-up lead to the following summary:

My point is this: sometimes you should just get involved in an international project, not too much paperwork and not too much thinking about project management and final reports. The road to international cooperation does not have to be difficult. (Project developer in a provincial town)

In this case, international cooperation does not arise from a strategic calculation, but from the commitment and interest of an individual. With regard to the library, deep institutional change will be made possible when former experiences are anchored in the library's formal and informal rules. If institutional cooperation proves successful, one can speak of a critical juncture where the selective pattern of internationalization for this library has changed.

3. In the third example, an external steering group arranges an international literature festival and invites the library to become more international. In the interview, the project organizer of the festival makes it clear that the library would have continued to hold back in its commitment if it had not been urged to participate by the steering group.

Now the library is meeting its own international standards. Above all the young people have taken on this task. (Project developer of a central library in a university town)

These examples make two things clear. On the one hand, internationalization and especially international project cooperation is still a constant challenge for libraries. In the second example, a certain shyness with regard to too much bureaucracy keeps libraries away from international projects; in the third example, it is the lack of courage to innovate and the lack of experience that complicate cooperation on international projects.

It seems that in all three examples external impulses urge public libraries to become more international. Their environment expects greater international involvement; libraries must adapt their strategies, skills and services to meet the changing expectations of their audiences if they are not to lose their legitimacy. Even more important than the changing public expectations, however, seems to be the fact that libraries have dealt with the challenges of international cooperation in very different ways. Strategic aspects can be contrasted with spontaneous interests; time-limited cooperation is just as possible as long-term commitments. The transfer of technical knowledge about funding and learning a way of thinking international is another contradiction. All these different paths, experiments and experiences confirm that public libraries are at a critical juncture in terms of international project cooperation.

We are facing a so-called critical juncture for the entire library sector. This assessment seems plausible because internal conflicts in libraries have arisen over the scope, content and reason for international cooperation. Institutional layering, however, solves conflicts of that kind by placing old routines and skills next to new ones, because none of the institutionalized practices has the strength to prevail. Whether institutional layering can be conceived as a fruitful give and take, where opposites strive for new solutions, or whether we are dealing with a rotten compromise that paralyzes any initiative and further development — this needs to be examined more closely concerning internationalization.

Concluding remarks

Public libraries, like many other cultural institutions, are forced by globalization, cross-sectoral knowledge transfer, migration, and international cooperation to make comprehensive institutional changes. Over the past 40 years, a selective pattern has emerged concerning international activities in libraries: Collaboration in international organizations, opening the library space to migrants and transnational cooperation in international projects. The third aspect is the most recent and least institutionalized. The public libraries were internationally oriented in internal matters,

as it is part of their historical legacy to provide access to information to all users resident in Denmark. However, direct temporary transnational cooperation was not part of their legacy. The article uses selected examples to illustrate the attempts made by libraries in Denmark to institutionalize project-oriented international cooperation. The manifold experiences with internationalization obviously represent a critical juncture at which a new development path emerges.

Further analyses must show which path-dependent developments result from cooperation in international projects and how international project cooperation influences institutional change in public libraries in the long term.

References

- Becker, L. K. (2006). Globalisation and internationalisation: Models and patterns of change for Australian academic librarians. *Australian Academic & Research Libraries*, 37(4), 282-298. [In English].
- Capoccia, G., & Kelemen, R. D. (2007). The study of critical junctures: Theory, narrative, and counterfactuals in historical institutionalism. *World politics*, 59(3), 341-369. [In English].
- Delica, K. N. (2016). Kulturplanlægning som social innovation: om udvikling af biblioteksbaseerede medborgercentre i udsatte boligområder i Danmark. *Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift*, 19(2), 163-182. [In Danish].
- Delica, K. N., & Elbeshausen, H. (2013). Socio-cultural innovation through and by public libraries in disadvantaged neighbourhoods in Denmark: concepts and practices. *Information Research*, 18(3). Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1044635.pdf> [In English].
- Elbeshausen, H., & Delica, K. N. (2018). At turde skabe momentum-kompetencebehov i et hybridt og internationalt bibliotekslandskab. *Nordisk Tidsskrift for Informationsvidenskab Og Kulturformidling*, 7(3), 104-119. [In Danish].
- Greve, H. R., & Rao, H. (2014). History and the present: Institutional legacies in communities of organizations. *Research in Organizational Behavior*, 34, 27-41. [In English].
- Hall, P. A., & Taylor, R. C. (1996). Political science and the three new institutionalisms. *Political studies*, 44(5), 936-957. [In English].
- Mahoney, J., & Thelen, K. A. (2010). Theory of Gradual Institutional Change. Explaining Institutional Change, 1.I: J. Mahoney, & K. Thelen, (Red.), *Explaining institutional change: ambiguity, agency, and power*. Cambridge: Cambridge University Press. [In English]
- Morisse-Schilbach, M. (2006). Historischer Institutionalismus. I: H.J. Bieling & M. Lerch (Red.), *Theorien der europäischen Integration* (s. 271-292). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. [In German].
- North, D. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press. [In English].

-
- Pors, N. O. & Johannsen, C. G. (2003). Attitudes towards internationalisation in the library sector: the case of Danish librarians and library managers. *New Library World*, 104(7/8), 278-285. [In English].
- Pierson, P. (2000). Increasing returns, path dependence, and the study of politics. *American political science review*, 94(2), 251-267. [In English]
- Strambach, S. (2008). *Path dependency and path plasticity: the co-evolution of institutions and innovation-the German customized business software industry* (No. 02.08). Working Papers on Innovation and Space. [In English].
- Odense Biblioteker & Roskilde Biblioteker (2018). Internationalisering i de danske folkebiblioteker: Fortællinger, anbefalinger og eksempler. *Grøn bog fra Projekt Sherpa*. (Digital udgave 101 s.; analog udgave 52 s.). Retrieved from: https://centralbibliotek.dk/sites/default/files/media/Sherpa_gr%C3%B8nbog_web%20april%202018.pdf [In Danish].

Надійшла до редколегії 12.03.2019 р.

https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.06

УДК 027.7

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

k_a_n_@ukr.net

https://orcid.org/0000-0002-6322-0735

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ СЕРВІС ЯК ВЕКТОР РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ БІБЛІОТЕК

Інформаційно-аналітичний сервіс розглядається як провідний напрям діяльності сучасних бібліотек, який дозволяє значно підвищити їх конкурентоспроможність на інформаційному ринку. Зазначається, що нині ефективність бібліотечної діяльності дедалі більшою мірою залежить від упровадження активних форм роботи, пов'язаних з відбором необхідної для замовника інформації, підготовкою її для використання в найзручнішій для нього формі, виконанням змістового аналізу цієї інформації тощо. Доводиться, що найефективнішими для вирішення означеного комплексу завдань є інформаційно-аналітичні форми роботи.

Ключові слова: *інформаційно-аналітичний сервіс, бібліотечно-інформаційний сервіс, інформаційна аналітика, інформаційно-аналітична діяльність бібліотек.*

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

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ СЕРВИС КАК ВЕКТОР РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ БИБЛИОТЕК

Информационно-аналитический сервис рассматривается как ведущее направление деятельности современных библиотек, позволяющее значительно повысить их конкурентоспособность на информационном рынке. Отмечается, что в настоящее время эффективность библиотечной деятельности все в большей степени зависит от внедрения активных форм работы, связанных с отбором необходимой для заказчика информации, подготовкой ее для использования в удобной для него форме, выполнением содержательного анализа этой информации и т. д. Доказывается, что наиболее эффективными для решения подобного комплекса задач являются информационно-аналитические формы работы.

Ключевые слова: *информационно-аналитический сервис, библиотечно-информационный сервис, информационная аналитика, информационно-аналитическая деятельность библиотек.*

A. M. Kobelev, PhD in Teaching, D.Sc. in Social Communications, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

DATA ANALYTICS SERVICE AS A VECTOR OF DEVELOPMENT OF MODERN LIBRARIES

The aim of the article is to consider the data analytics service as a leading trend in the development of modern libraries.

Research methodology. An analysis of recent research and publications that deal with the issues of system operation, data analytics services in libraries shows that data analytics activities are inherent in the latter, both in terms of fulfilling the task of maintaining readers, and solving problems of increasing the efficiency of managing a separate library and the library industry as a whole.

Results. The modern paradigm of information and library service is based not only on the use of funds of a particular library. It also plans to apply fundamentally new opportunities for access to information and knowledge, regardless of the time and location of both the document and the reader. In order to meet the information, educational and cultural needs of its users, the library today makes available not only documented knowledge, information stored in its funds. It provides access to information resources belonging to other subjects of the information space, including those presented on the Internet. On the other hand, it creates electronic information resources that are behind its physical walls, provides virtual services for finding information and necessary knowledge. A modern library institution turns into a center that concentrates and distributes information flows.

Novelty. The process of institutionalization of data analytics activities, which lasts for the last few decades, could not but affect the theory and practice of organizing data analytics activities in the library. In particular, it is about the creation of special data analytics services and units, consideration and solution at the library level of the relevant organizational, theoretical and methodological, technological and other issues.

The practical significance. A qualitative result of the data analytics activities in the system of library and information provision of the society will help to reduce the obligatory information load on all business spheres, including administrative ones. First of all, it relates to overcoming the contradiction between the huge amount of intellectual and information resources circulating and stored in information systems, and the possibilities for the processing and use of knowledge. To overcome such controversy will promote the establishment of cooperation between administrative structures with the data analytics units of libraries, distribution of functions related to the processing of intellectual and information resources.

Keywords: *data analytics service, library and information service, Data analytics, data analytics activities of libraries.*

Постановка проблеми. Істотні зміни у функціонуванні бібліотек, під впливом зростаючих суспільних запитів на основі запровадження новітньої комп'ютерної техніки підвищення ролі та можливостей використання сучасних інформаційно-аналітичних технологій у бібліотечній практиці, передусім з метою оптимізації системи бібліотечного сервісу (обслуговування). Тобто нині ефективність бібліотечної діяльності дедалі більшою мірою залежить від упровадження активних форм роботи, пов'язаних з відбором необхідної для замовника інформації, підготовкою її для використання в найзручнішій для нього формі, виконанням змістового аналізу цієї інформації тощо. Реалії доводять, що найефективнішими для вирішення означеного комплексу завдань є

інформаційно-аналітичні форми роботи. Їх продуктивність підвищується з оперативною доставкою, швидким реагуванням на корегування змісту замовлення. Усе це вможливує дослідження інформаційно-аналітичного сервісу як провідного вектора розвитку сучасних бібліотек.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, присвячених проблемам функціонування, на системних засадах, інформаційно-аналітичного обслуговування в бібліотеках, свідчить, що інформаційно-аналітична діяльність притаманна останній з точки зору як оптимізації системи обслуговування читачів, так і подолання проблем підвищення ефективності управління окремою бібліотекою і бібліотечною галуззю загалом (Кобєлев, 2012). Більше того, нині вона є одним із засобів адаптування бібліотек до нової соціально-комунікативної реальності, яка, зокрема, характеризується турбулентністю зовнішнього середовища, що, безумовно, впливає як на внутрішню структуру бібліотечних організацій, так і на їх розвиток загалом. Саме тому, як зазначається в розвідках з бібліотечно-інформаційного обслуговування В. Бородіної, В. Брежневої, В. Мінкіної, С. Дригайла, Ю. Мелентьєвої, бібліотеки сьогодні мають зосередитися на здійсненні своєї провідної функції — інформаційної, основа якої полягає в проведенні аналізу, обробці інформації, її оперативному доведенні до замовника (читача). Це проявляється зокрема у трансформації публічної бібліотеки на інформаційний центр регіону, коли, з одного боку, бібліотечна установа доводить громадську думку до місцевого керівництва, а, з іншого, інформує громадян про діяльність місцевої влади, надає інноваційності роботі бібліотечних установ. Адже саме в бібліотеці акумулюється інформація, готуються дайджести, інформаційні досьє, експрес-інформації про рішення органів влади різного рівня. Крім того, бібліотечні установи мають організувати на своїй місцевості співпрацю з громадськими організаціями, соціальними установами, підприємницькими структурами, перетворившись, таким чином, на координаційний центр громади, авторитетну інституцію в інфраструктурі того чи іншого регіону. Усе це підвищує увагу бібліотечних фахівців до інформаційно-аналітичного інструментарію.

Інформаційну аналітику в останні роки розглядали Г. Гордукалова, П. Конотопов, І. Кузнецов, Ю. Курносів, І. Левкіна, О. Матвієнко, І. Мелюхін, В. Пархоменко, О. Пархоменко, В. Онопрієнко, Е. Семенюк, Г. Сілкова, Н. Сляднева, С. Терещенко, М. Тихомиров, В. Чистяков.

Відтак, **мета статті** — розглянути інформаційно-аналітичний сервіс як провідний напрям розвитку сучасних бібліотек.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна парадигма інформаційно-бібліотечного сервісу базується не лише на використанні фондів конкретної бібліотеки. Вона передбачає також застосування

принципово нових можливостей доступу до інформації та знань, які базуються на використанні сучасних інформаційних технологій, що забезпечують це в будь-який час, незалежно від місцезнаходження читача (за умов наявності відповідних технологій). Задовольняючи інформаційні потреби читачів, бібліотека нині надає доступ не тільки до документованих знань, що зберігаються в її фондах, а й до інформаційних ресурсів, які належать іншим суб'єктам інформаційного простору, зокрема представленим у мережі Інтернет, допомагає здійснювати відповідний інформаційний пошук. Також створює власні онлайн інформаційні ресурси. Тобто сучасна бібліотека перетворюється на центр, який концентрує та розподіляє інформаційні потоки.

Усе це є підсумком сучасної інноваційної моделі соціально-економічного розвитку, яка базується на досягненні інтелектуальної підсистеми суспільства. Це зумовлює активізацію масштабних досліджень практично в усіх відповідних наукових напрямках, як традиційних (соціальна філософія і соціологія), так і порівняно нових (інформатика, когнітологія, соціальна інформатика, соціальні комунікації тощо), результатом яких є радикальне перетворення суспільства, перехід його в якісно новий стан (Кобелєв, 2007).

Отже, без акумуляції й ефективного використання інформаційних ресурсів неможливо забезпечити сталий науково-технічний і соціальний розвиток. У цьому разі особливого значення набуває одна з властивостей інформації: будучи накопиченою і певним чином обробленою, вона надає нові відомості, нові знання. Служно, що інформаційні ресурси, які є продуктом інтелектуальної діяльності найкваліфікованішої частини працездатного населення, в останні десятиліття зростають надзвичайно швидко. Як наслідок у світі склалася ситуація, коли потік інформації, що генерується, почав випереджати можливості суспільства з його аналізу, переробки й продуктивного застосування.

У промисловості розвинених країн до обробки інформації залучають значні матеріальні, фінансові, кадрові ресурси, адже з інформаційного потоку слід вилучити насамперед необхідну інформацію. Крім того, інформація має відповідати певним критеріям, зокрема бути оперативною, суттєвою, точною. Досвід інформаційної роботи свідчить, що бувають випадки, коли дослідник витрачає до половини свого робочого часу на пошук потрібної інформації. Тому організація інформаційно-аналітичної діяльності зумовлює радикальну інтенсифікацію суспільного виробництва на базі використання інформаційних технологій, підвищує продуктивність праці, сприяє широкому впровадженню автоматизованих виробництв, поширенню в праці творчого елемента, переходу до новітніх моделей діяльності і життя людства, що відзначаються, пе-

редусім, забезпеченням високого рівня інформаційно-організаційного комфорту, ефективності використання акумульованих інформації та знань.

Тому інформаційно-аналітична діяльність, трансформувавшись у ХХ ст. на професійну, нині впливає практично на всі сфери людської діяльності. У провідних країнах світу створені інтелектуальні корпорації (так звані «фабрики думки»), інформаційно-аналітичні підрозділи й служби в державних органах, на підприємствах, банках, засобах масової інформації, політичних партіях тощо. Бурхливо розвивається ринок аналітичної інформації та пов'язаних з нею інтелектуальних продуктів, насамперед програмного забезпечення. Тобто інформаційно-аналітична робота є важливим чинником процесу інтелектуалізації суспільного життя. Слід зазначити, що інформаційно-аналітична діяльність, яка сьогодні активно розвивається, здавна відігравала роль інструмента влади.

У сучасному світі інституціоналізація та швидке зростання інформаційно-аналітичної діяльності зумовлені інформатизацією, глобалізацією, формуванням пріоритетів стійкого розвитку суспільства. Сьогодні інформаційно-аналітична діяльність — це особлива сфера людської діяльності, що забезпечує інформаційні потреби користувачів за допомогою спеціальних аналітичних технологій шляхом переробки інформації й здобуття нового знання. Тобто вона займається якісно-змістовним перетворенням інформації, функціонально перетинаючись у цій площині з науковою й управлінською діяльністю (Сляднева, 2001, с. 15). Водночас інформаційна аналітика поєднує наступні складові: методологію інформаційно-аналітичної діяльності, її організацію й технологічне забезпечення (Курносов, 2004, с. 25). Розгляд взаємозв'язків інформаційної аналітики з бібліотекознавством надає підстави констатувати, що саме бібліотечна галузь значною мірою сприяла становленню інформаційно-аналітичної діяльності.

На початковому етапі розвитку науки та управління багато допоміжних дій, пов'язаних з пошуком, збереженням, переробкою та поширенням інформації, які забезпечують ефективність основної діяльності, суб'єкти інтелектуальної сфери здійснювали самостійно. Але поступово, через зростання обсягів інформації, ускладнення видів комунікацій, постала необхідність у появі спочатку інформаційних, а потім — інформаційно-аналітичних спеціалістів, для котрих забезпечення функціонування системи соціальних комунікацій стає основною діяльністю. Тому, починаючи з ХІХ ст., відбуваються процеси інституціоналізації в бібліотечній галузі, архівній справі, редакційно-видавничій діяльності тощо. Нині все це зумовило появу таких спеціальностей, як інформатори-аналітики, когнітологи та ін.

Особливо слід підкреслити, що саме бібліотечній сфері належить пріоритет у систематичній організації інформації й знань. Саме в бібліотеках почали створювати спеціальні «фонди зафіксованих знань», розробляти методи спрощення доступу до бібліотечних фондів через розробку бібліотечно-бібліографічних класифікацій, каталогів, бібліографічних покажчиків тощо. Здійснювати формування, опис змісту бібліотечних фондів відповідно до існуючих класифікацій науки. Аналітична робота водночас є необхідною складовою цих напрямів бібліотечної діяльності (Ільганаєва, 2007; Кобелєв; Костенко, 2006; Пальчук, 2009).

У межах давніх бібліотек часто виконувалися наукові дослідження й створювалися шедеври мистецтва, здійснювалося навчання. Характерним прикладом є Олександрійська бібліотека, яка за обсягом фондів була найбільшою для свого часу, але світову відомість вона отримала завдяки видатним творцям, які працювали в її стінах. Окрім того, в цій бібліотеці існував навчальний заклад, серед випускників якого був Архімед (Костенко, 2006, с. 28).

Тому не дивно, що відомі Каллімахові «Таблиці тих, хто прославився у всіх галузях знання», хоча й розроблені на базі фондів Олександрійської бібліотеки, не можна розглядати лише як її каталог. Радше, як зазначає К. Симон (1963), це є описом усіх праць того часу, незалежно від їх наявності в фондах зазначеної бібліотеки.

Визначними рисами видатного твору Каллімаха є: 1) таблична форма, 2) розміщення авторів згідно з алфавітом або в хронології, 3) поодинокі згадування окремих творів. Через те, що значення «Таблиць» Каллімаха як своєрідного каталогу для читачів Олександрійської бібліотеки було втрачене досить рано, оскільки фонди останньої постійно змінювалися (Симон, 1963, с. 33), можна припустити, що «Таблиці...» використовувалися переважно як довідник. Водночас праця Каллімаха мала своє доповнення. Мова йде про розвідку «Про таблиці Каллімаха» відомого граматака, співробітника Олександрійської бібліотеки Арістофана з Візантії.

У цій та інших працях біобібліографічного характеру того періоду можна виявити атрибути оглядово-аналітичних документів, виходячи з мети їх створення, послідовність викладу матеріалу й специфіки його використання. Наприклад, «Книга про знаменитих мужів», написана Ієронімом Стридонським близько 392 р., містить перелік 135 християнських авторів, починаючи від апостолів та закінчуючи сучасниками Ієроніма (останнє ім'я в спискові — він сам). Наводяться роки життя письменника, найважливіші етапи діяльності і його праці.

Розвідка Ієроніма стала прототипом і зразком для пізніших праць. Так, безпосереднім посиланням на неї починає свою «Книгу про церков-

них письменників», написану в другій половині V ст., Геннадій, пресвітер Марсельський. Він мав на меті продовжити однойменне дослідження Ієроніма. Створене — за тим же принципом, що й остання праця, ця «Книга» містить 99 біобібліографічних записів про тих письменників, котрих не відзначив з якої-небудь причини Ієронім, і тих, що жили після нього. Водночас останній (сотий) розділ — за прикладом Ієроніма — присвячений самому Геннадію (Симон, 1963, с. 40).

Загалом інструментарій інформаційно-аналітичної діяльності значною мірою розвивався саме бібліотечно-бібліографічними творами (можна згадати таких авторів, як Кассіодор Сенатор, Ісіодор Севільський, Вінцент з Бове, Рішар Фурніваль, Ільдефонс Толедський, Габріель Ноде та ін.). І лише з появою в XVII ст. перших наукових журналів і початку систематичного реферування наукових праць, технологія інформаційно-аналітичної роботи починає поступово вдосконалюватися в межах науково-інформаційної діяльності. Тобто аналітична функція була властива діяльності в бібліотеках з часу її інституалізації. Розробка прийомів, методів і технологій інформаційної аналітики, її організаційне оформлення здійснювалося разом із розкриттям суспільних функцій бібліотечних установ, під час та виконання останніми суспільних і виробничих завдань (Ільганаєва, 2007, с. 112).

Процес інституціоналізації інформаційно-аналітичної діяльності, що продовжується в останні десятиріччя, не міг не вплинути на процес організації інформаційно-аналітичної роботи в самій бібліотеці. Зокрема йдеться про створення в бібліотечних установах окремих інформаційно-аналітичних підрозділів, постановка і вирішення в межах бібліотекознавства відповідних теоретико-методологічних, організаційно-технологічних та інших проблем (Кобелев, 2012).

Інформаційно-аналітична діяльність пов'язана, зокрема, з наступними напрямками і видами бібліотечної роботи: бібліотечний опис, класифікація документів, каталогізація, індексація, анотування та реферування, бібліографічний пошук тощо.

Сучасну науково-технічну революцію визначає не просто вирішальна роль інформації в усіх сферах діяльності, а її застосування для генерування нових знань та технологій, які обробляють інформацію і забезпечують комунікацію. Наукові знання, разом з постійною оптимізацією методик їх виробництва та засобів комунікації, перетворюються на визначальний чинник, що забезпечує розвиток наукомісткої промисловості, ефективність національної економіки та національну безпеку. Саме на цьому базується сучасна ідея економічного розвитку як «інформаційної» економіки.

Ключова роль у створенні сучасного інформаційного простору відводиться бібліотекам, як, були і залишаються центрами акумуля-

ції, переробки та розповсюдження інформації та знань. Сьогодні вони повинні трансформуватися на інфополіси — комплекси з відповідною інфраструктурою, що забезпечує створення та переробку документних потоків для інформаційного забезпечення всіх сфер діяльності. У свою чергу, це зумовлює розвиток інформаційно-аналітичного вектора в сервісній роботі бібліотек.

Формування на базі новітніх інформаційних технологій єдиного інформаційного простору призвело до створення нового комунікаційного середовища, де збільшується спілкування між людьми, здійснюється безпосередній обмін знаннями, розкривається творчий потенціал людини. Водночас «вже не інформація, а знання як здатність до креативного, адаптаційного, ефективного з точки зору зберігання інших ресурсів суспільної діяльності, екоцентричного мислення і вміння швидко реагувати на будь-які ситуації в політиці, науці, бізнесі, приватному житті людей — стають об'єктом жорсткої конкуренції. Логіка розвитку інформаційного суспільства приводить до нової стадії цивілізаційного буття — суспільства знань, коли основне призначення людини полягатиме не стільки в переробці інформації, скільки у використанні наявного і створенні нового знання» (Ільганаєва, 2007, с. 109).

Важливим індикатором високоякісної роботи аналітиків в інформаційно-аналітичному сервісі бібліотек є забезпечення користувачів інформаційно-аналітичними продуктами і рекомендаціями, які відбивають повний стан розвитку ситуації в тій чи іншій галузі та потенціальних варіантів управління нею. Зростання ефективності цієї діяльності пов'язано із виконанням певних умов, зумовлених практичними міркуваннями стосовно постійної оптимізації роботи державного апарату, підвищення її дієвості, якості, оперативності, разом із забезпеченням об'єктивності.

Забезпечення оперативного виробництва інформаційно-аналітичних продуктів та послуг потребує формування системи переробки інформаційних потоків та масивів, що відображають реальні суспільні явища, створення оперативного, якісного пошуку за допомогою ефективних інформаційних пошукових систем, налагодження відбору відповідних матеріалів та їх розгляду.

Під час організації ефективного інформаційно-аналітичного сервісу бібліотек украї необхідним є запровадження досвіду провідних держав. Його аналіз демонструє, що забезпечення ефективного управління можливе завдяки оптимізації процесів застосування інтелектуально-інформаційних ресурсів за одиницю часу. При цьому, в державних структурах влади і бізнесу цих країн надзвичайно високо цінують знання як стратегічний ресурс (Диксон, 2004). Саме цей ресурс містить інтелек-

туальне багатство країни, відображає здобутки науки, освіти, культури й інших галузей діяльності та матеріалізується в науково-технічній документації, науково-дослідницьких розробках, розпорядчих та нормативних документах тощо.

Водночас створення ефективного інформаційно-аналітичного сервісу в системі бібліотечно-інформаційного обслуговування суспільства вможливує зменшення інформаційного навантаження на всі сфери діяльності, передусім управлінську. Це стосується подолання протиріччя між наявністю великих обсягів інтелектуально-інформаційних ресурсів, що зберігаються в інформаційних системах, та можливостями їх переробки й використання для виробництва нових знань. Подоланню такої суперечності сприятиме, наприклад, співпраця управлінських структур з інформаційно-аналітичними підрозділами бібліотек, розподіл обов'язків, пов'язаних з пошуком, аналізом та переробкою інтелектуально-інформаційних ресурсів.

Перед бібліотечними установами різних рівнів виникає об'єктивна необхідність розробки власних інформаційно-аналітичних продуктів та послуг, що мають відповідати вимогам усіх сфер суспільства, з урахуванням специфіки їх діяльності.

Слід сформувати теоретико-методологічні засади створення спеціалізованих інформаційно-аналітичних підрозділів у бібліотеках таким чином, щоб вони стали ланкою, що поєднує знання та інформаційні потреби користувачів. У зв'язку з цим, як доводить досвід організації діяльності інформаційно-аналітичних служб, раціональними є розробка замкнутого циклу пошуку, відбору, зберігання, накопичення, систематизації, застосування інформації, трансформація безсистемних даних, інших окремих відомостей на інформаційно-аналітичний продукт або послугу для задоволення запитів та потреб читачів. Тобто виробництво такого продукту, який містить осмислені дані, що ґрунтуються на зібраних, оцінених і витлумачених подіях і явищах, викладених таким чином, що чітко видно їх значення для вирішення будь-яких проблем (Пальчук, 2009).

Таким чином здійснюються становлення аналітичної функції бібліотек, створення інформаційно-аналітичних продуктів та послуг (фактографічних, адресно-довідкових, персональних, оглядово-аналітичних, повнотекстових БД) з урахуванням особливостей інформаційно-аналітичних досліджень, розвиток аналітичних технологій виробництва інформаційно-аналітичного матеріалу, застосування за призначенням комп'ютерних технологій переробки інформаційних масивів і потоків, як бібліотечних, так і інших суб'єктів соціальних комунікацій (засобів масової інформації, центрів моніторингу, електронних ресурсів Інтернету, соціологічних служб тощо.).

Висновки. Нині бібліотека трансформується на інформаційний центр, потрібний переважній більшості населення. Інформаційно-аналітичний сервіс у системі бібліотечного обслуговування стає пріоритетним, інформація перетворюється на товар, який набуває концептуальності, фактографічності, що узагальнює вже готові результати інформаційного пошуку. Усе це надає вагомі підстави розглядати інформаційно-аналітичний сервіс як найперспективніший вектор розвитку діяльності сучасних бібліотек.

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці й адаптації аналітичного інструментарію для оптимізації інформаційно-аналітичного сервісу бібліотек; здійсненні маркетингових досліджень на ринку аналітичних продуктів та послуг; вивченні трансформаційних змін у технологіях аналітико-синтетичної переробки документів; розробці кваліфікаційних вимог до бібліотечних аналітиків; вивченні конвергентних залежностей у процесах розвитку та впровадження аналітичної діяльності в систему бібліотечного сервісу.

Список посилань

- Блюменау, Д. И. (2002). *Информационный анализ/синтез для формирования вторичного потока документов*. Санкт-Петербург: «Профессия». 240 с.
- Власова, Г. В. (2006). *Аналітико-синтетична переробка інформації*. Київ: Державна академія керівних кадрів культури і мистецтва. 290 с.
- Громов, Г. Р. (1984). *Национальные информационные ресурсы: проблемы промышленной эксплуатации*. Москва: «Наука». 240 с.
- Диксон, П. (2004). *Фабрики мысли*. Москва: ООО «Издательство АСТ». 505 с.
- Льганаєва, В. О. (2007). Аналітика в структурі бібліотечної діяльності. *Вісник Харківської державної академії культури: збірник наукових праць*. Вип. 23. Харків: ХДАК. С. 109–117.
- Кобелев, О. М. (2012). *Інформаційна аналітика в структурі бібліотечної діяльності в Україні: монографія*. Харків: ХДАК. 246 с.
- Кобелев, О. М. (2007). *Соціальна інформатика: конспект лекцій*. Харків: ХДАК. 79 с.
- Костенко, Л. Й. (2006). Бібліотека суспільства знань: концептуальна модель. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 1. С. 23–28.
- Курносів, Ю. В. (2004). *Аналитика, методология, технология и организация информационной аналитической работы*. Москва: РУСАКИ. 512 с.
- Пальчук, В. (2009). Бібліотека і влада: удосконалення співробітництва. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. Вип. 23. Київ. С. 289–305.
- Симон, К. Р. (1963). *История иностранной библиографии*. Москва: Издательство Всесоюзной книжной палаты. 736 с.
- Сляднева, Н. А. (2001). Информационно-аналитическая деятельность: проблемы и перспективы. *Информационные ресурсы России*, 2. С. 14–21.

References

- Blumenau, D. I. (2002). *Information analysis / synthesis for the formation of a secondary document flow*. St. Petersburg: «Professiya». 240 p. [In Russian].
- Vlasova, G. V. (2006). *Analytical and synthetic information processing*. Kyiv: State Academy of Leaders of Culture and Arts. 290 p. [In Ukrainian].
- Gromov, G. R. (1984). *National information resources: problems of industrial operation*. Moscow: «Nauka». 240 p. [In Russian].
- Dickson, P. (2004). *Factories of thought*. Moscow: Publishing House AST. 505 p. [In Russian].
- Ilhanaeva, V. O. (2007). Analytics in the structure of library activity. *Visnyk of the Kharkiv State Academy of Culture: a collection of scientific works*. Issue 23. Kharkiv: KhSAC. 109–117 pp. [In Ukrainian].
- Kobelev, O. M. (2012). *Information analyst in the structure of library activity in Ukraine: monograph*. Kharkiv: KhSAC. 246 p. [In Ukrainian].
- Kobelev, O. M. (2007). *Social information science: a summary of lectures*. Kharkiv: KhSAC. 79 p. [In Ukrainian].
- Kostenko, L. Y. (2006). Library of the Knowledge Society: a conceptual model. *Library Science. Documentation. Informology*, 1. P. 23–28. [In Ukrainian].
- Kurnosov, Yu. V. (2004). *Analytics, methodology, technology and organization of information analytical work*. Moscow: RUSAKI. 512 p. [In Russian].
- Palchuk, V. (2009). Library and Power: Improving Collaboration. *Scientific works of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*. Issue 23. Kyiv. Pp. 289–305. [In Ukrainian].
- Simon, C. R. (1963). *History of foreign bibliography*. Moscow: Publishing House of the All-Union Book Chamber. 736 p. [In Russian].
- Slyadneva, N.A. (2001). Data analytics activities: problems and prospects. *Information resources of Russia*, 2. P. 14–21. [In Russian].

Надійшла до редколегії 01.03.2019 р.

https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.07

УДК 025.13:025.17]:004(477)](045)

М. О. Шевченко, аспірант, Харківська державна академія культури,
м. Харків

shmaryna.94@gmail.com

https://orcid.org/0000-0002-3473-1923

КРИТЕРІЇ ВІДБОРУ ДОКУМЕНТІВ ДЛЯ ОЦИФРУВАННЯ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНИ

Означено важливість першочергового оцифрування рідкісних та цінних документів, що становлять історико-культурну спадщину України. Розглянуто критерії, за якими книжкові видання долучають до категорії «книжкові пам'ятки» в Україні. Визначено основні групи критеріїв, якими мають керуватися співробітники бібліотек під час оцінювання книжкових видань для відбору на оцифрування. Акцентовано на необхідності долучення до цифрової колекції історико-культурної спадщини України національного рівня не лише книжкових видань, а й інших документів (періодичні, картографічні, нотографічні видання, листівки тощо).

Ключові слова: оцифрування, критерії відбору, історико-культурна спадщина, книжкові пам'ятки.

М. А. Шевченко, аспірант, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

КРИТЕРИИ ОТБОРА ДОКУМЕНТОВ ДЛЯ ОЦИФРОВКИ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ УКРАИНЫ

Установлено важность первоочередной оцифровки редких и ценных документов, составляющих историко-культурное наследие Украины. Рассмотрены критерии, по которым книжные издания относят к категории «книжные памятники» в Украине. Определены основные группы критериев, которыми должны руководствоваться сотрудники библиотек при оценке книжных изданий для отбора на оцифровку. Акцентировано на необходимости включения в цифровую коллекцию историко-культурного наследия Украины национального уровня не только книжных изданий, но и других документов (периодические, картографические, нотографические издания, открытки и т. п.).

Ключевые слова: оцифровка, критерии отбора, историко-культурное наследие, книжные памятники.

M. O. Shevchenko, postgraduate student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

DOCUMENT SELECTION CRITERIA FOR DIGITIZING THE HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE OF UKRAINE

Relevance of this study. The impact of the growing public interest in the historical past of Ukraine, national cultural heritage and active development of information technology in library activities is relevant. Libraries as social institutions create digital collections of Ukrainian historical and cultural heritage.

The digitization of library collections is a new trend to preserve rare and valuable documents. It is a reliable systematization of cultural heritage.

The aim of this paper is to study documents in library collections for their digitization; to identify the main document selection criteria for the digitization of historical and cultural heritage.

Research methodology. The author analyzes the legislation of Ukraine and scientific publications on the subject. The author uses following general scientific methods: analysis, synthesis, generalization and others.

Results. The importance of digitizing rare and valuable documents constituting the historical and cultural heritage of Ukraine is shown. Particular attention is paid to the main groups of criteria for evaluating book editions. The study demonstrated a need for the digitization of various documents: books, periodicals, cartographic and printed music editions, postcards, posters etc.

Novelty. The paper is the first attempt for presenting the document selection criteria to digitize the historical and cultural heritage of Ukraine.

The practical significance. The main results of this study can be used by libraries for the organization of more efficient digitization of Ukrainian historical and cultural heritage.

Conclusion. The primary task of a library is to preserve historical and cultural heritage and to disseminate cultural values under the conditions of informatization of the society. Particular attention is paid to determine specific selection criteria of different types of documents for the digitization of Ukrainian historical and cultural heritage.

Keywords: *digitization, selection criteria, historical and cultural heritage, book heritage.*

Постановка проблеми. Нині спостерігається зростаючий інтерес суспільства до історичного минулого України, пам'яток національної культури, збереження яких здійснюють соціальні інститути — бібліотеки. З активним розвитком та використанням інформаційних і комп'ютерних технологій важливу роль у бібліотечній практиці відіграють створення цифрових колекцій, передусім історико-культурної спадщини, та організація безперешкодного доступу до цієї цифрової інформації. Бібліотеки, як важливі соціальні та просвітницькі інституції, покликані активно впливати на стан і розвиток культури, освіти й самоосвіти населення.

Оцифрування фондів бібліотек, у яких зберігаються скарби як національної, так і світової культур, наразі є важливою альтернативою іншим методам збереження рідкісних і цінних документів, яка надає більше можливостей надійно впорядкувати культурну спадщину відповідно до вимог сучасного інформаційного суспільства. Застосування технології оцифрування дозволяє створити високоякісну копію документа, яка використовуватиметься надалі, таким чином зберігаючи та захищаючи оригінал документа; забезпечити багатьом споживачам доступ до історико-культурної спадщини, задовольняючи їхні наукові, освітні

та інші інформаційні запити; зберегти й передати культурне надбання України майбутнім поколінням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методичні та організаційні аспекти оцифрування як процесу, зокрема й бібліотечних фондів, розробляло чимало вітчизняних і зарубіжних дослідників. Слід відзначити праці, присвячені аналізу критеріїв рідкісних та цінних книг, книжкових пам'яток. Г. І. Ковальчук (2004, 2007, 2008, 2010, 2012 рр.) у своїх наукових працях розглядає книжкові пам'ятки, яким належить особливе місце серед інших пам'яток історії та культури; визначає критерії, за якими певну книгу вважають книжковою пам'яткою, що можуть бути основою відбору для оцифрування. Серед актуальних питань, пов'язаних із формуванням цифрових ресурсів бібліотек, І. В. Лобузіт (2012) виокремлює п'ять категорій документів на традиційних носіях, які слід оцифрувати: унікальні, цінні та рідкісні документи (1 категорія); облікові документи бібліотечного й архівного фонду (2 категорія); старі документи (3 категорія); документи підвищеного попиту (4 категорія); видання, наявні у відділах в обмеженій кількості (5 категорія). Грунтовному дослідженню теорії та практики формування колекцій документних пам'яток присвячена публікація І. Я. Лосієвського (2013), у якій акцентовано на тому, що в бібліотеках, крім книжкових видань, наявні й інші види документів та артефакти (наприклад, епіграфічні, нумізматичні й фалеристичні пам'ятки тощо). Дослідник наводить один із вичерпних переліків видів і груп документів, які зберігаються в колекціях вітчизняних бібліотек. Але, незважаючи на наявність значної кількості ґрунтовних публікацій та праць відповідної тематики, означена проблема остаточно не досліджена. Це пов'язано з відсутністю єдиних регламентуючих документів з оцифрування. Наявні напрацювання розпорошені по величезній кількості наукових публікацій та нормативно-правових документах, тому надзвичайно важливо розробити єдині теоретико-методичні положення оцифрування документів для зручності роботи будь-якої бібліотеки, як національної, обласної, так і публічної, закладу вищої освіти тощо. Крім того, нині досі є низьким рівень кооперації та координації роботи бібліотек зі створення цифрових колекцій, передусім історико-культурного надбання.

Мета статті — виявити особливості документів, фондів бібліотек України, що зумовлюють їх оцифрування, визначити основні критерії відбору документів історико-культурної спадщини, якими мають керуватися бібліотеки в діяльності з оцифрування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Питання важливості та необхідності оцифрування документів порушували в дослідженнях немало вітчизняних і зарубіжних учених, акцентуючи на різних аспек-

тах цієї проблематики. Але, незважаючи на значну кількість наукових досліджень, з оцифруванням документів і досі пов'язано багато організаційних, технологічних та правових питань. Одним із проблемних моментів є критерії відбору документів, які потребують першочергового переведення в цифровий формат. Оскільки бібліотеки просто неспроможні оцифрувати все, без винятку, розмаїття документів, що зберігаються в їхніх фондах, з різних причин (недостатньої кількості фахівців, відповідного комп'ютерного та програмного забезпечення, відсутності єдиних теоретико-методичних і нормативних положень тощо), тому надзвичайно важливо обмежитися певними документами, які необхідно оцифрувати першочергово.

Основаючись на наукових дослідженнях (Євстигнеєва, 2014; Ковальчук, 2008; Лобузін, 2012), можна виокремити загальні критерії оцінки документів для оцифрування (категорії документів):

- цінні, унікальні, рідкісні документи;
- документи, які мають незадовільний фізичний стан (пошкоджені внаслідок впливу фізико-хімічних та біологічних чинників, під час надзвичайних ситуацій (пожежі, затоплення тощо));
- документи, що мають загрозу втрати інформації (наприклад, вицвітання та зникнення тексту тощо);
- документи підвищеного попиту;
- видання, наявні в обмеженій кількості.

З перелічених найскладнішим для бібліотечних працівників нині є критерій цінності документів. Часто перед бібліотеками постає питання «Які документи можна вважати цінністю?». Відповідно до Закону України «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей» (1999), до культурних цінностей належать старовинні книги та інші видання, що становлять історичну, художню, наукову й літературну цінність, окремо або в колекції; манускрипти та інкунабули, стародруки, архівні документи, зокрема кіно-, фото- й фонодокументи, окремо або в колекції. Уважаємо, що таке визначення є неконкретним, «розмитим» і потребує суттєвого уточнення.

Оскільки більшу частину фондів бібліотек становлять саме книги, то пріоритетною групою для оцифрування є категорія документів «книжкові пам'ятки». Книжкові пам'ятки посідають важливе місце серед інших культурних пам'яток, оскільки мають специфічну особливість: поєднання інформації та її матеріального носія.

Відповідно до Наказу Міністерства культури України «Про затвердження Порядку відбору рукописних книг, рідкісних і цінних видань до Державного реєстру національного культурного надбання» (2016), книжкові пам'ятки поділяють на групи:

Одиничні книжкові пам'ятки:

1) рукописні книги: створені до кінця XVII ст. — всі (зокрема фрагменти), починаючи з XVIII ст. — лише унікальні, зі зважанням на особливості письма та матеріалів, місце створення й мову, оформлення, зміст;

2) стародруки — видання XV–XVIII ст., за такими групами: інкунабули; палеотипи; видання глаголичним шрифтом (XV–XX ст.); видання латинським шрифтом (1551–1800 рр.); видання кириличним шрифтом (1551–1800 рр.); видання гражданським шрифтом (книги та періодичні видання, надруковані «гражданкою» до 1800 р.); інші стародруки (книги та періодичні видання, надруковані протягом XV–XVIII ст. іншими шрифтами);

3) українські видання (книги й періодичні видання, надруковані українською мовою протягом 1801–1922 рр., незалежно від того, на якій території вони вийшли друком) та надруковані будь-якою іншою мовою протягом 1801–1860 рр. на території сучасної України;

4) окремі найцінніші видання або примірники видань — перші та/або прижиттєві видання праць засновників науки й техніки, які містять фундаментальні наукові відкриття і дослідження; перші та прижиттєві видання творів класиків художньої літератури, видатних діячів культури й мистецтва; примірники нелегальних чи заборонених цензурою видань; видавничі фальсифікати та примірники із замаскованими виданнями; книги — зразки художнього оформлення та поліграфічного виконання, зокрема незвичайних форматів і форм; бібліофільські видання (номерні або іменні примірники, видання, розмножені незвичайними способами, надруковані на нетрадиційних матеріалах, в оправах ручної роботи, виготовлені з рідкісних матеріалів тощо); примірники з автографами, записами, екслібрисами та печатками видатних діячів держави, науки, культури, літератури — за такими групами:

- українські видання — книги та періодичні видання, надруковані українською мовою протягом 1923–1945 рр., незалежно від того, на якій території вони вийшли друком, та надруковані будь-якою іншою мовою протягом 1861–1945 рр. на території сучасної України;
- російські видання — книги й періодичні видання, надруковані будь-якою мовою протягом 1801–1925 рр. на території в межах сучасного державного кордону Російської Федерації, крім видань українською мовою;
- іноземні видання — книги та періодичні видання, надруковані будь-якою мовою протягом 1801–1900 рр., незалежно від того, на якій території вони вийшли друком.

Колекції – книжкові пам'ятки – зібрання одиничних книжкових пам'яток та/або книги й періодичні видання, що разом становлять цінний для держави (світу) історико-культурний об'єкт.

Звісно, наведений перелік не є вичерпним, оскільки містить основні категорії документів. Але, як з'ясовано, інколи у фондах бібліотек зберігаються унікальні, одиничні книжкові видання, тому цей перелік потребує додаткового уточнення, відповідно до потреб певної бібліотеки.

Критеріями долучення книги до категорії «книжкова пам'ятка» є (Ковальчук, 2004, 2007):

- хронологічний (час створення книги);
- історичний (значення книги для розвитку суспільства, регіону, світу);
- етапність (книга є пам'яткою переломного періоду в житті країни, його невід'ємною складовою);
- унікальність (вирізняє книгу як єдину у своєму роді, що збереглася в єдиному примірникові чи має індивідуальні особливості, які становлять наукове або історичне значення – з автографами, власницькими записами, додатковими вкладеннями або малюнками);
- пріоритетність (книга як перше за часом видання творів класиків науки й літератури, інших творів, що мають принципово важливе значення для історії та культури, суспільно-політичного розвитку);
- меморіальність (пов'язаність книги із життям та працею видатних історичних особистостей або наукових чи творчих колективів, а також із пам'ятними місцями);
- колекційність (характеризує книгу щодо її належності до колекцій, які мають властивості важливого історико-культурного об'єкта) та ін.

Також важливим є критерій, який стосується особливого зовнішнього оформлення та унікальності форми або матеріального втілення тощо.

Підсумовуючи, виокремимо групи критеріїв, відповідно до яких оцінюються книжкові видання під час відбору для оцифрування:

- змісту (історична, суспільна, наукова значущість тексту);
- зовнішнього оформлення (формат, ілюстрації, буквиці);
- рідкісні видання з індивідуальними особливостями (наявність автографів, маргіналій, екслібрисів та ін.) й рідкісні видання через незначну кількість (знищені, заборонені).

Однак бібліотеки зберігають у своїх фондах не лише книжкові видання. Значна частина – інші види документів, які водночас становлять історико-культурну спадщину України і також потребують оцифрування для подальшого збереження та забезпечення доступності ширшому загалові. погоджуємося з думкою І. Я. Лосієвського (2013), що у фондах

«книгозбірень», поряд із книгами, зберігаються документи, які не є друками, безпосередньо не пов'язані з історією рукописної чи друкованої книги, книговидання. Дослідник виокремлює не лише книжкові видання, а й рідкісні та цінні аркушеві (афіші, запрошення, листівки тощо), рідкісні й цінні нотні, рідкісні та цінні картографічні видання. У фондах вітчизняних бібліотек також зберігаються нумізматичні колекції, колекції медалей, колекції нагородних, службових і сувенірних значків, керамічні клейма, берестяні грамоти тощо.

Уважаємо, що для повного відображення історико-культурного надбання України, пріоритетною має стати робота з оцифрування не лише книг, але й інших видів документів. Національний «культурний фонд» значно збагатять оцифровані періодичні, картографічні й нотографічні видання, образотворчі матеріали, листівки, плакати, поштові марки та ін. На жаль, нині в Україні такі цифрові проекти реалізуються надзвичайно рідко, що може призвести до неповоротної втрати унікального документного надбання країни.

Висновки. Одним із найважливіших завдань бібліотек в умовах інформатизації суспільства є збереження історико-культурного надбання народу та поширення культурних цінностей у суспільстві. У національному сегменті мережі Інтернет наявні цифрові колекції, але реалізація бібліотеками проектів такого типу є несистемною, локальною та фрагментарною, здійснюється в недостатніх обсягах, характеризується відсутністю координаційної роботи між бібліотеками. В організації цифрового фонду культурного надбання та історичної спадщини України загальнонаціонального рівня першочергового значення набуває проблема визначення чітких критеріїв відбору різних видів документів для оцифрування. Ця діяльність бібліотек, в якій вони мають величезний досвід, сприятиме зростанню національної самосвідомості, піднесенню відчуття національної гордості за свою історію, культуру, мову, звичаї та традиції.

Перспективи подальшого дослідження. Для якісного формування цифрової колекції історико-культурного надбання України є уточнення критеріїв відбору книжкових видань, а також визначення критеріїв відбору інших видів документів, які слід оцифрувати передусім.

Список посилань

- Евстигнеева, Г. А. (2010). Идеология оцифровки библиотечных фондов на примере ГПНТБ России. *Научные и технические библиотеки*, 12, 43–50.
- Ковальчук, Г. (2004). *Книжкові пам'ятки (рідкісні та цінні книжки) в бібліотечних фондах: монографія*. Київ: НБУВ.
- Ковальчук, Г. (2007). Рідкісні українські книги в бібліотечних фондах: пам'яткознавчий аспект. *Бібліотечний вісник*, 5, 29–36.

- Ковальчук, Г. (2008). Створення електронних інформаційних ресурсів книжкових пам'яток в НБУВ. *Бібліотечний вісник*, 3, 3–10.
- Ковальчук, Г. І. (2010). Критерії відбору книжкових пам'яток для першочергового поцифрування. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*, 28, 141–147. Київ.
- Ковальчук, Г. (2012). Експертиза книжкових пам'яток у бібліотеках: українознавчий аспект. *Україна: культурна спадщина, національна свідомість, державність*, 21, 403–416. Львів.
- Лобузін, І. В. (2012). Оцифрування історико-культурної спадщини: технологія та управління. *Реєстрація, зберігання і обробка даних*, 14 (3), 104–114.
- Лобузін, К. (2012). Комплексний інформаційний ресурс «Книжкові пам'ятки НБУВ». *Бібліотечний вісник*, 6, 10–14.
- Лосієвський, І. Я. (2013). Документні пам'ятки в бібліотечних зібраннях: теоретико-методологічні аспекти та сучасна практика. *Вісник Харківської державної академії культури*, 41, 124–134. Харків.
- Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей* (1999), 1068-XIV § розд. I ст. 1. Узято з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1068-14>
- Про затвердження Порядку відбору рукописних книг, рідкісних і цінних видань до Державного реєстру національного культурного надбання* (2016), 437 § розд. II ст. 1–3 Узято з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0936-16>

References

- Yevstigneyeva, G. A. (2014). The digitization ideology of library collections: using Russian National Public Library for Science and Technology as an example. *Scientific and technical libraries*, 12, 43–50. [In Russian].
- Kovalchuk, H. (2004). *Book heritage (rare and valuable books) in library collections: monograph*. Kyiv: V. I. Vernadsky National Library of Ukraine. [In Ukrainian].
- Kovalchuk, H. (2007). Ukrainian rare books in library collections: heritage-study aspect. *Library Bulletin*, 5, 29–36. [In Ukrainian].
- Kovalchuk, H. (2008). Creation of electronic information resources of book heritage in Vernadsky National Library of Ukraine. *Library Bulletin*, 3, 3–10. [In Ukrainian].
- Kovalchuk, H. I. (2010). Selection criteria of book heritage for the first priority digitization. *Scientific works of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, 28, 141–147. Kyiv. [In Ukrainian].
- Kovalchuk, H. (2012). Examination of book heritage in libraries: Ukrainian-study aspect. *Ukraine: cultural heritage, national consciousness, statehood*, 21, 403–416. Lviv. [In Ukrainian].
- Lobuzin I. V. (2012). Digitization of Historical and Cultural Heritage: Technology and Management. *Registration, storage and processing of data*, 14 (3), 104–114. [In Ukrainian].
- Lobuzina, K. (2012). Complex information resource «Book heritage of Vernadsky National Library of Ukraine». *Library Bulletin*, 6, 10–14. [In Ukrainian].
- Losievskiy I. Ya. (2013). Document heritage in library collections: theoretical and

methodological aspects and current practice. *Bulletin of Kharkiv State Academy of Culture*, 41, 124–134. Kharkiv. [In Ukrainian].

On Export, Import and Return of Cultural property (1999), 1068-XIV § section I article 1. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1068-14>. [In Ukrainian].

Procedure of Selection Manuscripts, Rare and Valuable Editions to State Register of National Cultural Heritage, approved by decree of Ministry of Culture of Ukraine (2016), 437 § section II articles 1–3. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0936-16>. [In Ukrainian].

Надійшла до редколегії 27.02.2019 р.

https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.08

УДК 930.25:004]:378.147](045)

В. О. Ярута, кандидат технічних наук, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

victor_yaruta@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-4410-2792>

КУРС «ЕЛЕКТРОННІ АРХІВИ»: ПРАКТИКА ВИКЛАДАННЯ

Розглянуто практику викладання курсу «Електронні архіви» в Харківській державній академії культури, а саме: надано опис, мету, завдання, програму, означено методи навчання та форми контролю, охарактеризовано методичне забезпечення та рекомендовані джерела інформації, також окреслено основні проблеми, що виникають під час викладання.

Ключові слова: *електронні архіви, практика (методика) викладання, інформаційна діяльність, бібліотечна справа, архівна справа, документаційна діяльність.*

В. А. Ярута, кандидат технических наук, доцент, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

КУРС «ЭЛЕКТРОННЫЕ АРХИВЫ»: ПРАКТИКА ПРЕПОДАВАНИЯ

Раскрыто практику преподавания курса «Электронные архивы» в Харьковской государственной академии культуры, а именно: даны описание, цель, задачи, программа, охарактеризованы методы обучения, формы контроля, методическое обеспечение и рекомендуемые источники информации, также названы основные проблемы, возникающие в процессе преподавания.

Ключевые слова: *электронные архивы, практика (методика) преподавания, информационная деятельность, библиотечная деятельность, архивная деятельность, документационная деятельность.*

V. O. Yaruta, Ph.D., Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

COURSE «ELECTRONIC RECORDS MANAGEMENT»: PRACTICE OF TEACHING

The aim of this paper. The article deals with revealing the practice of teaching of the course «Electronic Records Management» to the bachelors of the Kharkiv State Academy of Culture

Research methodology of the study applies the analysis method to disclose the structure and content of the new course «Electronic Records Management», as well as problems encountered in the process of its construction and teaching.

Results. In the offered work the description of the course «Electronic Records Management», its purpose, tasks, program are given, teaching methods and forms of control are disclosed, methodical basis and recommended sources of information are given assessment. In accordance with the new requirements of the higher education standard of Ukraine, general and special competences are disclosed, the formation of which is aimed at discipline, as well as the expected

results of student learning are named. Also outlined the main problems that must be overcome during the teaching process, namely: insufficient quantity and quality of content of the existing teaching-methodical and reference literature, and the actual lack of textbooks in the Ukrainian language.

The practical significance. The research contributes to discussing of content and teaching methods of the new course «Electronic Records Management» among specialists of higher education.

Keywords: *electronic records management, practice (methods) of teaching, informational activity, library activity, archival activity, documentary activity.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах зростаючої інформатизації суспільства лавиноподібно збільшуються обсяги різноманітних даних, що створюються в найрізноманітніших сферах людської діяльності та зберігаються як у традиційній, так і в електронній формі. Для збереження та пошуку таких даних все частіше застосовують електронні архіви (Георгій Асєєв, Алексей Рындин), які можуть бути як окремими самостійними програмно-технічними комплексами, так і складовими інших інформаційних систем. Створення, адміністрування та користування ними потребує спеціальних фахових знань, а, отже, підготовка відповідних фахівців є актуальною.

Питанням підготовки фахівців різних рівнів присвячено розвідки таких науковців, як Н. Бачинська, Т. Білова, Ю. Бриль, В. Загуменна, І. Коханова, Н. Кушнарєнко, Г. Папакін, Л. Прокопенко, А. Соляник, І. Тимошенко, Л. Філіпова, Г. Шемаєва, В. Ярута та ін.

Мета статті — розглянути практику викладання курсу «Електронні архіви» бакалаврам Харківської державної академії культури (ХДАК).

Виклад основного матеріалу дослідження. Навчальна дисципліна «Електронні архіви» викладається впродовж багатьох років, від початку, слухачам спеціальності «Документознавство та інформаційна діяльність», тепер, студентам нової спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

Програму курсу «Електронні архіви» складено відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів зі спеціалізації «Інформаційна та документаційна діяльність», спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», затвердженій рішенням Вченої ради ХДАК. Загальний обсяг дисципліни становить 3 кредити або 90 годин, зокрема: 16 годин — лекції, 10 годин — практичні заняття, 64 години — самостійна робота. Вона викладається на 3 курсі, у 5 семестрі та завершується заліком.

Предмет вивчення курсу — методологічні принципи організації та використання електронних архівів.

Оволодіння теоретичними засадами курсу передбачає набуття знань під час вивчення таких фахових дисциплін: «Інформаційні техноло-

гії», «Настільні видавничі системи», «Локальні інформаційні мережі», «Основи проектування інформаційних систем», «Інтернет/Інтранет технології», «Протоколи Інтернет», «Захист інформації в комп'ютерних системах».

Метою навчальної дисципліни є надання студентам теоретичних та практичних знань з основ використання сучасних інформаційних технологій із застосуванням персональних комп'ютерів у галузі архівної справи для збереження, пошуку та використання документів.

Відповідно до стандарту вищої освіти України з підготовки бакалаврів за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» дисципліна «Електронні архіви» спрямована на формування таких загальних компетентностей: здатності до аналізу та синтезу, абстрактного мислення, комунікації державною та іноземною мовами, пошуку, обробки та аналізу інформації з різних джерел, прийняття обґрунтованих рішень, застосування знань в практичних ситуаціях, оцінки та забезпечення якості виконуваних робіт, а також навички використання інформаційних і комунікаційних технологій; та спеціальних (фахових, предметних) компетентностей: здатності відбирати, аналізувати, оцінювати, систематизувати, виконувати моніторинг, організовувати, зберігати, розповсюджувати та надавати в користування набуті інформацію та знання, застосовувати сучасні прикладні програмні засоби та технології для вирішення фахових завдань, застосовувати та вдосконалювати автоматизовані інформаційно-пошукові системи, організовувати електронні архіви та бібліотеки, проблемно-орієнтовані бази та банки даних, упроваджувати інноваційні інформаційні технології для створення продуктів та послуг, а також підвищення якості обслуговування користувачів архівів і бібліотек, здійснювати самоосвіту.

Відповідно до нормативного змісту підготовки здобувачів вищої освіти (Стандарт вищої освіти України з підготовки бакалаврів за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»), очікується, що в результаті навчання з дисципліни «Електронні архіви» студенти будуть:

- володіти методами узагальнення, аналізу та синтезу інформації в сфері, пов'язаній з її пошуком, накопиченням, зберіганням і використанням;
- володіти знаннями й розумінням наукових засад організації, вдосконалення, впровадження новітніх технологій в сфері інформаційного, бібліотечного та архівного забезпечення установ;
- володіти теоретичними та практичними знаннями з інформаційної діяльності щодо маркетингу інформаційних продуктів і послуг, соціальних комунікацій в глобальних мережах, впровадження та за-

стосування документних комунікативних технологій у соціальних системах;

- володіти теоретичними та практичними знаннями з менеджменту архівних і бібліотечних установ, технологій побудови та підтримки функціонування електронних архівів та бібліотек, аналізу та задоволення інформаційних потреб користувачів;
- знати та розуміти законодавчі та галузеві нормативні документи;
- виконувати пошук інформації для вирішення завдань спеціальності;
- вміти оцінювати можливості використання нових інформаційних технологій для вдосконалення виробництва інформаційних продуктів та послуг;
- вміти вибирати, налагоджувати й експлуатувати типові офісні та комп'ютерне обладнання;
- застосовувати знання і розуміння для ідентифікації, формулювання й вирішення завдань в інформаційних та документаційних системах;
- застосовувати знання технічних і конструктивних характеристик й особливостей, а також правил експлуатації комп'ютерної та офісної техніки для вирішення фахових завдань;
- приймати обґрунтовані управлінські та технологічні рішення;
- оцінювати отримані результати та вміти аргументовано обстоювати рішення;
- поглиблювати існуючі та набувати нові знання.

Засобами оцінювання та демонстрування результатів навчання є (Робоча програма навчальної дисципліни «Електронні архіви»): залік, захист реферату, контрольні завдання, презентації результатів виконаних студентами практичних завдань та завдань із самостійної роботи.

Структурно програма навчальної дисципліни містить два розділи:

Розділ 1. Загальні відомості про системи електронного архіву;

Розділ 2. Особливості організації систем електронного архіву.

Перший розділ містить п'ять тем. У першій означається узагальнена постановка проблеми збереження інформації та розкривається порядок її вирішення на різних етапах розвитку суспільства аж до виникнення єдиних «архівних» систем. У другій темі описується узагальнена технологія отримання документа з архіву та її змінювання **при** переході від збереження документів у формі паперів та мікрофільмів до **застосування** систем електронних архівів. Окреслено переваги та недоліки цих підходів. У третій темі розглядається призначення різних видів документообігу підприємства та роль і місце в ньому архіву. У четвертій темі **надається** структурно-функціональний опис систем електронного

архіву різних типів, окреслюються їх переваги, недоліки та доцільність застосування. У п'ятій темі розглядаються перспективи розвитку систем електронного архіву в напрямках універсалізації, створення єдиного інформаційного простору та застосування технологій синхронізації даних.

Другий розділ також містить п'ять тем. У першій надається опис узагальненої структури системи електронного архіву. У другій темі розглядаються особливості структурної організації програмного рівня підсистеми збереження інформації. У третій розкриваються особливості організації апаратного рівня підсистеми збереження інформації. Четверту тему присвячено проблемам упровадження систем електронного архіву на підприємствах різного типу. П'яту – правовим засадам застосування систем електронного архіву та захисту інформації.

Основна частина теоретичного матеріалу **розкривається** на лекційних заняттях.

Теми та завдання до самостійної роботи сформовані таким чином, щоб надати студентам можливість закріпити, розширити й поглибити знання, отримані на лекційних заняттях, та підготуватися до практичних занять без безпосередньої участі викладача для досягнення програмних результатів навчання. Зокрема студенти готують реферати, виконані на одну з сімдесяти двох запропонованих їм тем, присвячених опису сучасних проектів та систем електронних архівів, сучасних апаратних і програмних рішень, які застосовуються в системах електронних архівів та документообігу, а також існуючого законодавства та методів захисту інформації стосовно електронних архівів, які, згодом, доповідають та захищають. Додатково студентам надається можливість запропонувати свою тему, котру вони мають узгодити з викладачем перед виконанням реферату.

Поглибленню теоретичних знань також сприяють практичні заняття, завдання яких спрямовані на розвиток логічного мислення студентів, навичок із пошуку інформації, її аналізу та синтезу. Зокрема на практичних заняттях вони ознайомлюються з сучасними технологіями, що застосовуються в системах електронних архівів, через пошук визначень, опис та класифікацію основних термінів галузі, а також пошук у мережі Інтернет із подальшим самостійним структурно-функціональним описом сучасних архівних систем різних типів. Вочевидь, що виконуючи такі завдання, студенти набувають навичок, які полегшують можливе використання ними конкретних архівних систем у подальшій професійній діяльності.

Слід зазначити, що оскільки архівні системи різних типів найактивніше розвиваються в західних країнах, основна кількість навчально-

методичної та довідкової літератури написано англійською мовою та розрахована на західні стандарти, що створює певні перепони при її адаптації до українських умов. Також існуючі навчально-методичні та довідкові матеріали національних архівних систем здебільшого спрямовані на професійного користувача, котрий має ґрунтовні спеціальні знання як у сфері архівної справи, так й у галузі інформаційних технологій, а, отже, схематичні та складні для розуміння слабопідготовленими користувачами, якими, в більшості, є студенти. У таких матеріалах бракує простих для розуміння, але розгорнутих прикладів, які б докладно пояснювали основні принципи застосування та надавали ґрунтовний опис використання подібних систем у різних предметних сферах. Отже, перед застосуванням у навчальному процесі, ці матеріали потребують адаптування до знань та вмінь абітурієнтів, що вимагає від викладача високого професіоналізму й значних часових витрат.

Оцінювання знань студентів із дисципліни «Електронні архіви» здійснюється на основі результатів поточного та підсумкового контролю у формі заліку.

З метою перевірки рівня оволодіння студентами темами конкретних практичних занять проводиться поточний контроль, який здійснюється під час їх проведення. Об'єктом оцінювання знань студентів у процесі поточного контролю є: систематичність, активність та змістовність роботи протягом семестру над вивченням програмного матеріалу на практичних заняттях та під час самостійної роботи, а також виконання завдань практичних занять та самостійної роботи.

Завданням поточного контролю є перевірка розуміння та засвоєння навчального матеріалу, уміння самостійно опрацьовувати завдання, здатності осмислити зміст теми чи розділу. При контролі систематичності та активності роботи оцінюються: рівень знань, продемонстрований під час виконання завдань практичних занять та самостійної роботи.

Підсумковий контроль здійснюється за рейтинговою системою без проведення заліку. Якщо студент набрав менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється за рейтинговою системою з проведенням заліку. Форма проведення заліку — контрольні завдання, питання яких охоплюють усі теми теоретичного та практичного матеріалу курсу.

Однією з основних проблем викладання курсу «Електронні архіви» є фактична відсутність навчальних посібників українською мовою, тому основним джерелом теоретичних знань для студентів є конспект лекцій, значна частина якого ґрунтується на окремих статтях, викладених на Інтернет-сторінках організацій, що розробляють та впроваджують системи електронного архіву та документообігу. Отже, список рекомендованої студентам літератури містить посилання на такі публікації, серед

них слід виокремити роботу О. Риндіна, 2007, серед друкованих праць студентам рекомендується монографія М. Фарлі¹, присвячена архітектурним особливостям сховищ даних.

Висновки. Незважаючи на зазначені труднощі, розроблені навчально-методичні матеріали до курсу «Електронні архіви» дозволяють ознайомлювати студентів з особливостями організації та функціонування систем електронних архівів різних типів. Водночас триває удосконалення змісту й методики викладання курсу, обговорення результатів якого між викладачами закладів вищої освіти сприятиме уточненню наповнення курсу та розвитку спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

Список посилань

- Асєєв, Георгій (2009). Методологія створення сховищ даних: стандарти та моделювання. *Вісник Книжкової палати*, 5, 30-32.
- Рындин, Алексей (2007). Архив без пыльных полок или способы организации архива предприятия. *ЕСМ-Journal*. Взято из <http://www.ecm-journal.ru/docs/Arkhiv-bez-pylnykh-polok-ili-sposoby-organizacii-arkhiva-predpriyatija.aspx>.
- Бачинська, Н. (2015). Базові концепції модернізації вищої бібліотечної освіти в Україні. *Вісник Книжкової палати*, 3, 32-35.
- Білова, Т. Г., Побіженко, І. О., Ярута, В. О. (2015). Особливості викладання дисципліни «Дискретна математика» для напряму підготовки «Документознавство та інформаційна діяльність». *Експертні оцінки елементів учебного процесса : программа и материалы XVII межвуз. науч.-практ. конф., 27 нояб. 2015 г.*, 16-18.
- Бриль, Ю. О. (2018). Практика формування та реалізації змістового компоненту документознавчої освіти в Україні. *Вісник Житомирського державного університету ім. Івана Франка*, 1 (92), 54-63.
- Загуменна, В., Тимошенко, І. (2015). Підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації бібліотечно-інформаційних фахівців у НАКККіМ. *Вісник Книжкової палати*, 4, 43-44.
- Коханова, І. (2013). Вузькі фахові дисципліни як запорука отримання якісної вищої бібліотечної освіти (досвід ХДАК). *Вісник Книжкової палати*, 4, 18-20.
- Кушнарєнко, Н. М. (2017). Особливості викладання дисципліни «Сучасні проблеми розвитку документно-інформаційних систем». *Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку : матер. міжнар. наук. конф., 23-24 листопада 2017 р.*, 156-159.
- Папакін, Г. В. (2013). До проблеми змістового наповнення навчальної підготовки документознавців у Національній академії керівних кадрів культури і мистецтв. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 2, 4-8.

1 Фарлі М. Сети хранения данных / Марк Фарли. — М. : Изд-во «Лори», 2003. — 550 с.

- Прокопенко, Л. С. (2014). На шляху до рівноцінності, прозорості і визнання дипломів: ІФЛА і бібліотечно-інформаційна освіта. *У Львівському бібліотечному форумі «Бібліотек@ — відкритий світ» : зб. матеріалів*. Київ : УБА, 55–57.
- Соляник, А. (2017). Сучасні тренди модернізації вищої бібліотечно-інформаційної освіти України. *Вісник Книжкової палати*, 1, 22-26.
- Філіпова, Л. (2016). Магістерські освітні програми бібліотечно-інформаційного профілю в університетах США: досвід організації та змісту навчання. *Вісник Книжкової палати*, 3, 49-52.
- Шемаєва, Г. В. (2013). Інноваційна модель бібліотечної освіти: перспективи реалізації. *Вісник ХДАК*, 40, 43-49.
- Ярута, В. О. (2009). Курс «Електронні архіви» в умовах сучасного освітнього простору. *Соціальні комунікації в стратегіях формування суспільства знань : матеріали міжнар. наук. конф., 26-27 лют. 2009 р., Ч. 2*, 188–190.
- Ярута, В. О. (2018). Перспективи викладання курсу «Електронні таблиці та бази даних». *Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку: матер. міжнар. наук. конф., 22-23 листопада 2018 р.*, 175–176.
- Робоча програма навчальної дисципліни «Електронні архіви» за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»* (2018). В. О. Ярута (Розробник). Харків : ХДАК, 16 с.
- Стандарт вищої освіти України. Рівень вищої освіти: перший рівень. Ступінь вищої освіти: бакалавр. Галузь знань: 02 Культура і мистецтво. Спеціальність: 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа* (2017). А. М. Пелецишин, Н. А. Бачинська, В. В. Гавриленко, О. Є. Гомотюк, Ю. І. Палеха, М. С. Пасічник, А. А. Соляник (Розробники); Міністерство освіти і науки України. Київ: МОН, 9 с. Взято з https://mon.gov.ua/storage/app/media/vyshcha/naukovo-metodychna_rada/proekty_standartiv_VO/029-informaczijna-biblioteczna-ta-arxivna-sprava-magistr-03072017.doc.

References

- Aseev, Georgy (2009). Methodology of data warehouse development: standards and modeling. *Bulletin of the Book Chamber*, 5, 30-32 [in Ukrainian].
- Rindin, Aleksey (2007). Archive without dusty shelves or ways of organizing an enterprise archive. *ECM-Journal*. Retrieved from <http://www.ecm-journal.ru/docs/Arkhiv-bez-pylnykh-polok-ili-sposoby-organizacii-arkhiva-predpriyatija.aspx>. [in Russian].
- Bachinska, N. (2015). Basic concepts of modernization of higher library education in Ukraine. *Bulletin of the Book Chamber*, 3, 32-35 [in Ukrainian].
- Bilova, T. G., Pobyzhenko, I. O., Yaruta, V. O. (2015). Peculiarities of teaching of the discipline «Discrete Mathematics» for the direction of preparation «Documentary Studies And Information Activity». *Expert Estimations Of The Elements Of The Educational Process: program and the materials of the XVII interuniversity scientific practice conference, Nov. 27, 2015 y.*, 16-18 [in Ukrainian].

- Bryl, Yu. O. (2018). The practice of formation and implementation of the content component of document education in Ukraine. *Bulletin of Zhytomyr State University named after Ivan Franko*, 1 (92), 54–63 [in Ukrainian].
- Zagumenna, V., Tymoshenko, I. (2015). Training, retraining and advanced training of library and information specialists at NAKKKiM. *Bulletin of the Book Chamber*, 4, 43–44 [in Ukrainian].
- Kokhanova, I. (2013). The narrow professional disciplines as a guarantee of obtaining high-quality library higher education (the experience of KhSAC). *Bulletin of the Book Chamber*, 4, 18–20 [in Ukrainian].
- Kushnarenko, N. M. (2017). Peculiarities of teaching of the discipline «Modern Problems of Development of Document-Information Systems». *Cultural Studies and Social Communications: Innovative Development Strategies: materials of the international scientific conference, November 23–24, 2017*, 156–159 [in Ukrainian].
- Papakin, G. V. (2013). To the problem of content of training for documentologists at the National Academy of Leaders of Culture and Arts. *Library Science. Record Studies. Informology* 2, 4–8 [in Ukrainian].
- Prokopenko, L. S. (2014). On the way to equivalence, transparency and recognition of diplomas: IFLA and library and information education. *V Lviv library Forum «Libraries — Open World»*. Kyiv: UBA, 55–57 [in Ukrainian].
- Solyanyk, A. (2017). Modern trends in the modernization of the high library and information education of Ukraine. *Bulletin of the Book Chamber*, 1, 22–26 [in Ukrainian].
- Filipova, L. (2016). Masters' educational programs of the library and information profile at US universities: the experience of the organization and content of studies. *Bulletin of the Book Chamber*, 3, 49–52 [in Ukrainian].
- Shemaeva, G. V. (2013). Innovative model of library education: perspectives for realization. *Visnyk of Kharkiv State Academy of Culture*, 40, 43–49 [in Ukrainian].
- Yaruta, V. O. (2009). Course «Electronic Records Management» in the in the conditions of modern educational space. *Social Communications in Strategies for the Formation of a Knowledge Society: materials international scientific conference, February 26–27. 2009, Part 2*, 188–190 [in Ukrainian].
- Yaruta, V. O. (2018). Perspectives of teaching the course «Electronic Spread Sheets and Databases». *Cultural Studies and Social Communications: Innovative Development Strategies: materials international scientific conference, November 22–23, 2018*, 175–176 [in Ukrainian].
- Working program of the discipline «Electronic Records Management» аиц specialty 029 «Information, Library and Archival Affairs»* (2018). V. O. Yaruta (Developer). Kharkiv: KhSAK, 16 p. [in Ukrainian].
- The Standard of Higher Education of Ukraine. Level of Higher Education: first level. Degree of Higher Education: bachelor. Branch of Knowledge: 02 Culture and Art. Specialty: 029 Information, Library and Archival Affairs* (2017). A. M. Peleschyshyn, N. A. Bachinska, V. V. Gavrilenko, O. Ye. Gomotiuk, Yu. I. Paleha, M. S. Pasichnyk, A. A. Solyanik (Developers); Ministry

of Education and Science of Ukraine. Kyiv: MESU, 9 p. Retrieved from https://mon.gov.ua/storage/app/media/vyshcha/naukovo-metodychna_rada/proekty_standativ_VO/029-informacijna-bibliotechna-ta-arxivna-sprava-magistr-03072017.doc. [in Ukrainian].

Надійшла до редколегії 18.03.2019 р.

https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.09

УДК 332:02

К. О. Темчур, магістр, Дніпровський національний університет імені Олесья Гончара, м. Дніпро

<https://orcid.org/0000-0001-6162-7614>

karina-aleksandrovna@meta.ua

БРЕНД БІБЛІОТЕКИ В СИСТЕМІ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ

Проаналізовано роль бібліотек у просуванні територій. Мета дослідження — узагальнити теоретичні підходи до використання бренду бібліотеки в територіальному брендингу. Запропоновано новий напрям територіального брендингу — «бібліотечна стратегія». Територіальний брендинг дозволяє сформувати позитивний образ території та залучити на неї інвестиції. Визначено, що бібліотеки мають величезний потенціал для формування бренду території. У процесі брендування можна використовувати назву, фірмовий стиль, архітектуру, екскурсійну діяльність та електронні ресурси бібліотек. Ці підходи мають бути об'єднані в єдину «бібліотечну» стратегію територіального брендингу. Водночас бібліотека сама має бути сильним брендом, який відповідає брендинговій політиці території.

Ключові слова: *маркетинг територій, імідж бібліотек, територіальний розвиток, публічні бібліотеки.*

К. А. Темчур, магістр, Днепропетровский национальный университет имени Олесья Гончара, г. Днепр

БРЕНД БИБЛИОТЕКИ В СИСТЕМЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДИНГА

Проанализирована роль библиотек в продвижении территорий. Цель исследования — обобщить теоретические подходы к использованию бренда библиотеки в территориальном брендинге. Предложено новое направление территориального брендинга — «библиотечная стратегия». Территориальный брендинг позволяет сформировать позитивный образ территории и привлечь на неё инвестиции. Установлено, что библиотеки имеют огромный потенциал для формирования бренда территории. В процессе брендинга можно использовать название, фирменный стиль, архитектуру, экскурсионную деятельность и электронные ресурсы библиотек. Эти подходы должны быть объединены в единую «библиотечную» стратегию территориального брендинга. При этом библиотека должна сама быть сильным брендом, который соответствует брендинговой политике территории.

Ключевые слова: *маркетинг территорий, имидж библиотек, территориальное развитие, публичные библиотеки.*

K. O. Temchur, Master's Degree Student, graduate student, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro

BRAND OF LIBRARIES IN THE SYSTEM OF TERRITORIAL BRANDING

Relevance of the subject. Territorial branding has become very popular in recent decades.

The purpose of the study is to summarize theoretical approaches to the use of the library brand in territorial branding.

Research Methodology. The author analyzes theoretical works that study the use of libraries to promote the territory. The classification method is used to describe the results.

Results. Libraries have a huge potential for the formation of a territorial brand. The article analyzes the role of libraries in the promotion of territories. In the process of branding, the name, corporate identity, architecture, excursion activities and electronic resources of libraries might be used. The author analyzes the role of libraries in the promotion of territories. The article summarizes the theoretical approaches to the use of the library brand in territorial branding. Territorial branding makes it possible to create positive image of the territory and attract investments.

Novelty. The author proposes a new trend of territorial branding — “library strategy”.

The practical significance. Taking into account the enormous potential of libraries, this process can be successfully applied into practice. The material of the study can be used in further developments in library and information field.

Conclusions. These approaches should be combined in a single «library» strategy of territorial branding. At the same time, the library itself must have a strong brand that complies with the branding policy of the territory. The prospect of future research is to develop a strategy for using the described approaches in practice.

Keywords: *territory marketing, image of libraries, territorial development, public libraries.*

Актуальність теми дослідження. В останні кілька десятиліть широкої популярності набув такий напрям менеджменту територій, як територіальний брендинг. Послідовне і правильне брендування території підвищує інвестиційну привабливість та формує її привабливий образ у свідомості людей. Підкреслюється, що в довгостроковій перспективі об'єкти інфраструктури, необхідні для місцевого розвитку (до яких, певна річ, належать бібліотеки), можуть зробити місцеву спільноту більш конкурентоздатною (Anholt, 2007). Цей процес є результатом зусиль значної кількості різних організацій. Останнім часом у наукових колах активно обговорюють участь у територіальному брендингу бібліотек.

Постановка проблеми. Бібліотека акумулює великий обсяг інформації, зокрема про регіон, котру можна успішно використати для організації та проведення краснавччих екскурсій, які доручають бібліотекарям. Сайти та сторінки бібліотек у соціальних мережах дозволяють по-

ширювати її та отримувати зворотний зв'язок від користувачів. Навіть сама будівля бібліотеки може зацікавити туристів та стати місцевою пам'яткою.

У контексті цього питання роль бібліотек у просуванні території набуває актуальності для вчених різних галузей знань, менеджерів, політиків, економістів, журналістів, маркетологів та багатьох інших спеціалістів. Взаємодія бібліотечного та територіального брендингу зацікавлює професійних бібліотекарів та вчених-бібліотекознавців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Деякі дослідники вважають, що головною у формуванні бренду бібліотеки і, як наслідок, території, є її назва (С. Матліна, О. Жужгова, Л. Скриннікова). Інші підкреслюють роль архітектури бібліотечної будівлі у формуванні бренду міста (Т. Недашківська, Н. Прянишников). Третя група дослідників наголошує на потенціалі електронних ресурсів бібліотеки для позиціонування території (К. Хажмуратова, Е. Мартинова). Численні дослідження присвячено вивченню екскурсійної та краєзнавчої діяльності бібліотек з розвитку туризму (Н. Чернявська, М. Кравченко, І. Овчинникова, Т. Дороніна, Л. Сулейманова, Е. Суріна, В. Польова). На сьогодні вивчено окремі аспекти використання бібліотек у просуванні території.

Мета статті – узагальнити підходи до використання бібліотек у просуванні території.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зазначимо, що як таких підходів до використання бібліотек у територіальному брендингу не існує. Ідеться про складові бренду бібліотек, які можуть допомогти його сформувавши для тієї чи іншої території. Систематизація цих складових має сприяти ефективному використанню бібліотек у територіальному брендингу.

Проаналізувавши розвідки С. Матліної, Н. Чернявської, К. Хажмуратової, Т. Недашківської та ін., ми виокремили такі підходи (Табл. 1):

Розглянемо докладніше кожен із цих підходів.

1) Використання ім'я бібліотеки. С. Матліна, досліджуючи найменування бібліотек, зазначає, що ім'я авторитетної особистості (письменника, філософа, вченого) у назві бібліотеки не тільки позитивно впливає на її репутацію та імідж, але і виокремлює бібліотеку з-поміж інших (Матліна, 2007). Це зумовлено активізацією краєзнавчих пошуків бібліотек, під час яких з'ясовуються нові факти про роль персони в історії краю. Цікавлячись цією особистістю, відвідувачі обов'язково відвідають бібліотеку, названу на її честь, де акумулюються різноманітні відомості про неї. Водночас позитивний імідж людини переноситься на образ бібліотеки.

Таблиця 1

Підходи до просування території
за допомогою складових бренду бібліотеки

| Складова бренду бібліотеки | Зміст | Приклад використання в територіальному брендингу |
|--------------------------------|--|---|
| Ім'я бібліотеки | Ідентифікація бібліотеки серед інших, створення її образу за допомогою ім'я видатного культурного (найчастіше письменника) або суспільно-політичного діяча. Приїжджі прагнуть долучити бібліотеки зі знаменитими назвами до свого туристичного маршруту. | Назви найвідоміших бібліотек Росії: Імператорська Публічна, Рум'янцевська, Карамзинська громадська, «Белінка», «Тургеневська», «Некрасівка», «Ленінка» і тощо. |
| Бібліотечні туристичні проекти | Інформаційне забезпечення туризму та екскурсійна діяльність (організація співробітниками бібліотеки екскурсій до історичних пам'яток регіону, місцями біографії і творчості письменників та в межах самої бібліотеки). Допомагає привернути увагу не лише до бібліотеки, а й до території. | Проект «Нове життя старої фортеці» (після реконструкції Омської фортеці в м. Омськ) у рамках кампанії її популяризації як культурного бренду міста. Бібліотекарями за дорученням департаменту культури проведено 450 екскурсій місцями перебування Ф. М. Достоєвського в місті під час каторги. |
| Архітектура бібліотеки | Архітектура будівлі бібліотеки впливає на бренд міста: акцент на історичній споруді підкреслює його культурні цінності, акцент на модерновій – привертає увагу молоді та демонструє інноваційність регіону. | До сторіччя Мурманська у 2016 р. місцева влада розробила стратегію міського брендингу з урахуванням розвитку в місті арктичного туризму. На «цеглинках» для сидіння в міській бібліотеці зобразили морських тварин, морські атрибути (якорі) тощо. |
| Електронні ресурси бібліотеки | Містять значний обсяг інформації про територію, сприяють її поширенню, формують образ території в електронному просторі. | На сайті Публічної бібліотеки Копенгагена в спеціальній вкладці розміщена інформація про історію міста та його пам'ятки у вигляді текстів та фото. Також тут можливий пошук бібліографії з історії та топографії Копенгагена. |
| Фірмовий стиль бібліотеки | Робить бібліотеку та територію більш привабливими та впізнаваними, викликає інтерес у молоді. | У логотипі Національної бібліотеки Білорусі використано зображення її знаменитої будівлі у формі «діаманта». Одна з найвищих бібліотечних будівель у місті з багатоколірною підсвіткою фасаду є місцевою пам'яткою та незмінно приваблює туристів. |

Згідно з даними міжнародного агентства новин Thomson Reuters, найбільше цитованими класиками літератури у світовій науковій спільноті є: Шекспір, Гете, Данте, Ф. Достоєвський, Л. Толстой, О. Пушкін. Імена цих письменників фігурують у назвах бібліотек по всьому світу (Шекспірівська бібліотека Фолджера у Вашингтоні, Бібліотека інституту імені Гете в Мінську, Бібліотека імені Данте в Москві, Бібліотека імені Достоєвського в Києві), що не може не позначитися на популярності та позитивному образі цих бібліотек у місцевих мешканців та туристів.

2) **Використання бібліотечних туристичних проєктів.** Н. Л. Чернявська вважає, що бібліотека може сприяти просуванню території за допомогою культурних брендів (історико-культурна подія, пам'ятник або конкретна особистість) (Чернявская, 2019). Водночас основною формою роботи бібліотек є підготовка та проведення краєзнавчих екскурсій. Такий краєзнавчий туризм називають бібліотечним брендом, оскільки він привертає увагу не лише до місцевості, а й до бібліотеки (Кравченко, 2013). На нашу думку, має місце і зворотний зв'язок: зацікавлення бібліотекою привертає увагу і до території. Важливими в цьому сенсі є такі види екскурсійної діяльності бібліотек:

- літературна — відвідання місць, що пов'язані з життям та творчістю того чи іншого діяча літератури; організація літературних семінарів, читань, лекцій;
- культурна (театральна, бібліотечна) — відвідання музеїв театрального мистецтва, ознайомлення з театрами, пам'ятниками акторам, режисерам, екскурсії бібліотекою;
- віртуальна — ознайомлення з пам'ятками краю за допомогою відеопрезентацій та відеороликів, що виставлені на сайті бібліотеки (Кравченко, 2013).

3) **Використання архітектури бібліотеки.** Під архітектурою бібліотеки розуміємо інтер'єр та екстер'єр бібліотечної будівлі. Відзначається, що молоде покоління орієнтовано не стільки на культуру тексту (книги), скільки на культуру «картинки» (Прянишников, 2013). Це підвищує значимість архітектури будівлі, яка виконує функції зберігання книг. Т. Недашківська відзначає: оригінальні меблі та оформлення мають на меті привернути увагу молодого покоління (Недашковская, 2011). Люди у віці до 44 років (а саме такі вважаються молодими за визначенням ВООЗ) є найбільше активними та люблять мандрівки.

У бренді міста виокремлюють такі складові: історія, сьогодення та інновації. Архітектори відзначають: щоб впливати на бренд міста, архітектура бібліотеки має поєднувати модуси минулого, сучасності та майбутнього (Прянишников, 2013). Наприклад, під час спорудження нової будівлі Британської бібліотеки в Лондоні збережено історичну читаль-

ну залу. У процесі модернізації філіалу Гладстоун бібліотеки в Торонто нова будівля була прибудована до старої. Таким чином, для якісного територіального брендингу будівля бібліотеки має апелювати до інноваційних прагнень міста, поважаючи його історичні цінності.

4) **Використання електронних ресурсів бібліотеки.** Найважливішим засобом позиціонування території є інформація, яка поширюється через загальнодоступні канали — сайти (соціальні мережі, блоги тощо). Володіючи значними обсягами інформації, бібліотека також бере участь у створенні віртуального образу території (Мартынова, 2016).

Цей підхід пов'язаний із краєзнавчою діяльністю бібліотек. Оскільки саме інформація про край, поширена на електронних ресурсах, може привернути увагу до території. Водночас відсутність інфраструктури, чіткої структури інформації, її розрізненість та недостатня повнота на сайтах центральних бібліотек перешкоджає реалізації цього потенціалу (Головаха, 2013). Іншими словами, маючи унікальні ресурси, більшість бібліотек не змогла переорієнтуватися на запити «зовнішнього користувача».

5) **Використання фірмового стилю бібліотеки.** Невід'ємною складовою будь-якого бренду є його фірмовий стиль, який містить: назву, логотип, фірмові кольори, фірмовий шрифт, слоган, стиль та колір спецодягу співробітників підприємства тощо. Він відображається на рекламно-інформаційних матеріалах, ділових паперах, сувенірній продукції, у оформленні вивісок та рубрика торів, дозволяючи ідентифікувати бібліотеку.

Можливості унікального та впізнаваного фірмового стилю бібліотек у брендингу територій теоретики не вивчили. Однак нині бібліотекарі всього світу активно діляться в мережі Інтернет практикою розробки фірмового стилю своїх бібліотек. Дослідження в галузі бібліотечного маркетингу свідчать, що підвищення якості надаваних бібліотекою послуг роблять її помітнішою для користувачів (Sharma, Majumder, Uraon, 2017). Безперечно, розробка власного фірмового стилю помітно підвищує рівень бібліотечного обслуговування і, як наслідок, зацікавлює відвідувачів, зокрема з інших міст та країн.

Слід зазначити, що на практиці основні теоретичні підходи до використання бібліотек у територіальному брендингу використовуються не окремо, а в комплексі. Фірмовий стиль витримується в дусі архітектури будівлі, інформація на сайтах бібліотек містить результати краєзнавчої роботи бібліотек. Це свідчить про необхідність розробки окремого напряму територіального брендингу — його умовно можна назвати «бібліотечною стратегією».

Масове орендування та ребрендинг бібліотек, що відбувається останнім часом, означають, що управлінці поглянули на бібліотеки як на інструмент формування інвестиційного клімату та привабливого туристичного образу регіонів. Здійснити означене за допомогою закладів, які асоціюються з архаїчною книжковою культурою, неможливо. Тому часом невиразні будівлі бібліотек перетворюються на яскраві та впізнавані споруди, котрі часто стають місцевими пам'ятками. Бібліотеки поступово набувають впізнаваних «облич», тобто стають повноцінним брендом. Можна відзначити своєрідний «бренд у бренді»: бренд бібліотеки стає одним з інструментів формування бренду міста.

Практика міст із тисячолітньою історією свідчить: щоб не зруйнувати сформований бренд, нові бібліотечні споруди мають органічно вписуватися в архітектурний ансамбль території (Рис. 1). У разі дотримання цих умов бренд бібліотеки не буде суперечити бренду території, а тільки підкреслювати його.

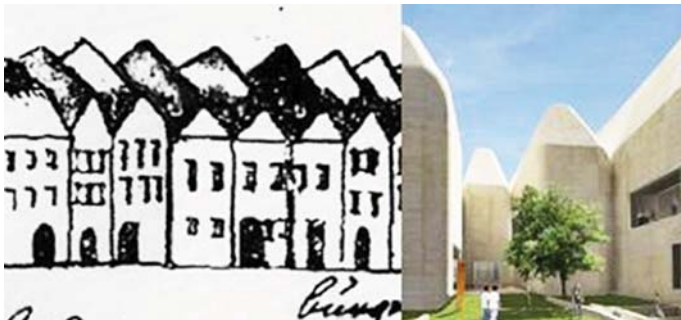


Рис. 1. Проект бібліотеки в Оломоуці (Чехія) (зліва) у душі характерної «гостроверхості» національної архітектури

Висновки. Отже, у територіальному брендингу можна виокремити такі підходи: використання 1) імені; 2) архітектури; 3) електронних ресурсів; 4) фірмового стилю; 5) туристичних проектів бібліотек. Зрозуміло, що ці підходи не можуть застосовуватися окремо, а мають бути об'єднані в єдину бібліотечну стратегію територіального брендингу.

Водночас бібліотека, щоб впливати на формування бренду території, має сама бути авторитетним брендом. Для цього кожній бібліотеці необхідний унікальний та впізнаваний образ. Крім того, бренд бібліотеки має відповідати загальній брендинговій політиці території.

Перспективи подальших досліджень — розробити стратегію комплексного використання описаних підходів на практиці.

Список послань

- Головаха, С. (2013). Наукова бібліотека в соціальних мережах. *Бібліотечний вісник*, 1, 29–32.
- Жужгова, О. Ф. (2018). Имя писателя как бренд библиотеки. *Современная библиотека*, 9, 8–12.
- Кравченко, М. В. (2013). Краеведческий туризм как библиотечный бренд. *Современная библиотека*, 4, 20–27.
- Мартынова, Е. Н. (2016). Роль библиотек в формировании и продвижении электронных ресурсов краеведческой направленности. Итоги анализа сайтов муниципальных библиотек Брянской области. *Историко-культурное наследие Брянского края: материалы регион. науч.-практ. конференции*. Брянская областная научная университетская библиотека им. Ф. И. Тютчева, Брянск.
- Матлина, С. Г. (2007). Библионимика. Имя как символ и бренд библиотеки: (постановка проблемы). *Научные и технические библиотеки*, 14, 5–14.
- Недашковская, Т. (2011). Свободные пространства — особенность новой архитектуры библиотек. *Библиополе*, 13, 14–18.
- Продвижение территориального бренда через региональные библиотечные ресурсы. Справочник руководителя учреждения культуры: веб-сайт*. Взято из <https://www.cultmanager.ru/article/7205-qgess7-prodvijenieteritorialnogo-brenda-cherez-regionalnye-bibliotechnye-resursy>.
- Прянишников, Н. Е. (2013). *Архитектура библиотечного здания: вклад в бренд города: материалы доклада*. Взято из <http://www.rba.ru/forum/images/forum4/prjanichnikov.pdf>.
- Чернявская, Н. Л. (2019). *Продвижение территории через публичные бренды: публичные библиотеки в поисках новых возможностей. Омские муниципальные библиотеки: веб-сайт*. Взято из <http://lib.omsk.ru/libomsk/node/3596>.
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. New York: Palgrave Macmillan, 160 p.
- Sharma, A. K. & Majumder, A. & Uraon, A. (2017). Branding and Marketing your Library and Services: case study of Rabindra Library. *First International Conference on Transforming Libraries: Proceedings*, Guwahati, 145–151.

References

- Chernyavskaya, N. L. *Promotion of the territory through public brands: public libraries in search of new opportunities*. Retrieved from <http://lib.omsk.ru/libomsk/node/3596> (Accessed: 22.03.2019). [in Russian].
- Golovakha, S. (2013). Scientific library in social networks. *Library Bulletin*, 1, 29–32. [in Ukrainian].
- Kravchenko, M. V. (2013). Local tourism as a library brand. *Modern library*, 4, 20–27. [in Russian].
- Martynova, E. N. (2016). The role of libraries in the formation and promotion of regional electronic resources. *Results of the analysis of sites of municipal*

- libraries of the Bryansk region. Historical and cultural heritage of the Bryansk region: materials of the region. scientific and practical conference.* Bryansk Regional Scientific University Library F. I. Tyutchev, Bryansk. [in Russian].
- Matlina, S. G. (2007). Biblonimika. Name as a symbol and brand of the library: the problem statement. *Scientific and technical libraries*, 14, 5–14. [in Russian].
- Nedashkovskaya, T. (2011). Free spaces — features of new library architecture. *Bibliospace*, 13, 14–18. [in Russian].
- Pryanishnikov, N. E. (2013). *Architecture of the library building: contribution to the city brand*. Retrieved from <http://www.rba.ru/forum/images/forum4/prjanichnikov.pdf> (Accessed: 22.03.2019). [in Russian].
- Promotion of a territorial brand through regional library resources. Retrieved from <https://www.cultmanager.ru/article/7205-qqess7-prodvijenieteritorialnogo-brenda-cherez-regionalnye-bibliotechnye-resursy> (Accessed: 22.03.2019). [in Russian].
- Zhuzhgova, O. F. (2018). Writer's name as a library brand. *Modern library*, 9, 8–12. [in Russian].
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. New York: Palgrave Macmillan, 160 p. [in English].
- Sharma, A. K. & Majumder, A. & Uraon, A. (2017). Branding and Marketing your Library and Services: case study of Rabindra Library. *First International Conference on Transforming Libraries: Proceedings*. Guwahati, 145–151. [in English].

Надійшла до редколегії 12.03.2019 р.

Розділ 3. ЖУРНАЛІСТИКА ТА ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Part 3. JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION

■ <https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.10>

УДК 070/324

I. P. Kovalenko, Candidate of Science in Social Communication, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

Irakovalenko777@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0001-6205-263X>

JOURNALISTIC OBJECTIVITY IN THE PROCESS OF POLITICAL ELECTIONS IN THE CONDITIONS OF DEMOCRACY

The article explores the problem of ensuring the objectivity of information in the process of political elections. The author argues that absolute objectivity does not exist, because journalistic activities are determined by the position of media owners and political preferences of journalists themselves. However, in a democracy, political and cultural pluralism brings about a variety of media attitudes in the election, which enables voters to make free choices based on understanding of their interests.

Keywords: *journalism, mass media, information objectivity, political elections, democracy.*

I. П. Коваленко, кандидат із соціальних комунікацій, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

ЧИННИК ОБ'ЄКТИВНОСТІ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ПОЛІТИЧНИХ ВИБОРІВ В УМОВАХ ДЕМОКРАТІЇ

Актуальність. Президентські вибори 2019 р., які, за висновками багатьох експертів, стали найбруднішими за всю історію незалежної України, значно актуалізували проблему об'єктивності журналістської інформації в електоральному процесі.

Мета статті — розкрити механізм забезпечення об'єктивності журналістської інформації в процесі політичних виборів в умовах демократії.

Об'єкт дослідження — проблема забезпечення об'єктивності демократії в процесі політичних виборів.

Методологія статті ґрунтується на системному, структурно-функціональному, компаративному та біхевіористському підходах до дослідження проблеми.

Новизна матеріалу полягає у переведенні проблеми об'єктивності журналістської діяльності з морально-етичної площини в площину її практичної реалізації.

Практичне значення зумовлене можливістю використання цього матеріалу в навчальному процесі з фахової підготовки студентів за спеціальністю «Журналістика».

Висновки. Абсолютної об'єктивності журналістської діяльності на політичних виборах не існує, оскільки ця діяльність детермінується позицією власників ЗМІ та політичними вподобаннями самих журналістів. Проте плюралістичність демократичних режимів спричиняє феномен відносної об'єктивності, який полягає в тому, що виборці можуть користуватися різними виданнями, які відображають різні позиції та підтримують явно чи приховано різні політичні сили та різних кандидатів, порівнювати їх публікації та потім робити самостійний вибір. Відносна об'єктивність має забезпечуватися: заборонаю концентрації інформаційних видавництв у руках одного власника; посиленням контролю та кримінальної відповідальності за публікацію недостовірної інформації; посиленням роботи щодо формування політико-правової та професійної культури журналістів (у зв'язку з цим доцільно ввести до програм фахової підготовки журналістів у вищих навчальних закладах України як обов'язковий предмет «Інформаційне право», спрофілювавши його на потреби їх професійної діяльності); підвищенням уваги до виховання політичної культури громадян.

Ключові слова: журналістика, засоби масової інформації, об'єктивність інформації, політичні вибори, демократія.

И. П. Коваленко, кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

ФАКТОР ОБЪЕКТИВНОСТИ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ВЫБОРОВ В УСЛОВИЯХ ДЕМОКРАТИИ

Исследуется проблема обеспечения объективности информации в процессе политических выборов. Автор подчеркивает, что абсолютной объективности не существует, поскольку журналистская деятельность детерминирована позицией собственником СМИ та политическими предпочтениями самых журналистов. Однако в условиях демократии политический и культурный плюрализм обуславливает разнообразие позиций СМИ на выборах, что позволяет избирателям сделать свободный выбор, исходя из понимания своих интересов.

Ключевые слова: журналистика, средства массовой информации, объективность информации, политические выборы, демократия.

Relevance of research topic. The 2019 presidential elections, which, according to many experts, became the dirtiest in the history of independent Ukraine, significantly corrected the problem of the objectivity of journalistic information in the electoral process.

Problem statement. The establishment of democracy in Ukraine is associated with the quality of political elections, because its universal (minimum) criterion is the formation of a government power based on the results of free, competitive and general elections (Diamond, 1996). Although democratic elections are based on free-will citizens, their results are heavily dependent on the information that voters receive from the media. This determines a very important role of journalism in political elections. This

is evident, in particular, from the Law of Ukraine “On Information” (*On Information*).

In the electoral process, journalism acts as an institution of political socialization of the population, and journalists as agents of this process. The public need for information urges journalists to objectively cover the electoral process. Ensuring objectivity of journalistic information also requires electoral legislation. Thus, the Laws of Ukraine “On Elections of People’s Deputies of Ukraine” (Article 66) and “On Elections of the President of Ukraine” (Article 56) say: “News agencies and mass media distribute reports on the course of the election process, events related to elections, based on the principles of authenticity, completeness and accuracy, objectivity of information and its impartial representation” (*On Elections of People’s Deputies of Ukraine*)

Previous research. Although the issue of the place and role of journalism in the electoral process was reflected in the scientific literature, ensuring the objectivity of journalistic information has not yet received proper coverage. In writings by Stanley Kelley (1962), James Carey (1993), Jeffrey Scheuer (2007), Zilola Komilova (2004) and Ukrainians Mykola Buchyn (2012), Ihor Kulas, Roman Holovenko and Iryna Zemliana (2018) to advocate the objectivity of journalistic information or describe is posed as an urgent problem that needs to be addressed or analyzed by its shortcomings, but the mechanisms of this process are not disclosed.

The purpose of the article is to reveal the mechanism of ensuring the objectivity of journalistic information in the process of political elections in a democracy.

The main material. To achieve the aim of the article one should answer two questions:

What is objectivity of journalism?

How can this requirement be implemented in practice?

In the philosophical encyclopedic dictionary, objectivity is interpreted as “the relation of independence from the subject, from the subjective factor;” and professional objectivity as “the ability of the subject to take an intersubjective position in his professional activity, that is, that which does not depends on his (or someone’s) preferences, emotions, bias, but is determined only by the essence, logic of the case and is in full accordance with socially institutionalized norms and standards (such as legal or moral norms). (*Philosophical Encyclopedic Dictionary*, p. 441).

Thus, one can conclude that the essence of the objectivity of journalistic activity is independence of journalists not only from someone’s preferences, emotions, etc., but also from their own ones, in *full accordance* with their professional work and legal and moral standards.

But can this be implemented in practice?

In the above certainty of objectivity, we are dealing, speaking in Weberian terms, with the *pure type* of this phenomenon. But, as you know, there is nothing absolutely pure in this world, including absolute objectivity.

Absolute objectivity of journalistic activity is impossible due to the following factors:

First, it is carried out through the mass media, which in one way or another depend on their owners. Media holders in a democracy are state structures (government, parliament, local administrations) and local government structures (regional and district councils), political parties and public organizations, private individuals. Their criticism is limited to *individual* disadvantages and *individual* officials.

Experience has shown that the mass media owned by government structures (state or local government) never sharply criticize the shortcomings of their structures, even when they are poorly functioning. In the period of election campaigns, such media, as a rule, generally become agitators of those forces that are headed by certain power structures.

As for party editions, they are created for the information of members and sympathizers of their parties and propaganda and agitation among citizens who are not yet politically determined in order to form their adherence to this party. The propaganda activity of party editions is greatly enhanced during the elections. Naturally, they never truthfully ignore the disadvantages and negative phenomena of this party (for example, the corruption scandals associated with its representatives in power structures).

Publications owned by civic organizations (according to Arthur Bentley (1908), by interest groups) are engaged in certain social interests for the protection and implementation of which they have created. The interests of certain social groups may contradict the interests of the majority of society, but such publications will never write about it. During election campaigns, many public organizations start agreements with political parties, which, on the one hand, support the public organization of a particular party or its candidate, on the other hand, the party, in case of its coming to power, undertakes to fulfill the demands of this public organization. In this situation, the pressmen of public organizations are also turning into party agitators.

The mass media belonging to individuals and entities are often defined as "independent". However, their independence is also conditional. The adjective "independent" is used to denote their relative independence from power. The owners of influential independent media are mostly representatives of big business, which predetermines their commitment to those political forces that are more conducive to the realization of their business interests. Although informational activities are carried out by editorial boards of the media, they must implement a program approved by the founders (i. e., owners) of the publications. (Romanyuk, Kovalenko, 2017).

Secondly, journalists, like all normal people, have their own ideological beliefs, political preferences, and their own life experiences that cannot in any way influence their professional activities. It is very naive to demand that all journalists hold an absolutely neutral and objective position in the elections. Journalists, and all citizens, have the right to support or not support certain political forces or candidates in the elections, which cannot but affect their professional activities. By covering the political forces and candidates supported by the journalist, they usually emphasize their positive features and avoid mentioning their shortcomings. On the contrary, when a journalist covers the activities of those forces or candidates to which he is biased, he on the contrary emphasizes their shortcomings and ignores the positive aspects of their activities. And even when a journalist tries to be extremely objective in the coverage of election events, his subconscious mind there are the filters through which election information is perceived, differentiated and ranked.

However, impossibility of absolute objectivity does not mean that objectivity is impossible at all. Unlike autocratic regimes, which are characterized by political, political and cultural monopolies, democracies are characterized by political and cultural pluralism. (Romanyuk, Kovalenko, 2017). Political pluralism presupposes a multi-party system and free competition of all legal parties in government-owned competition. Cultural pluralism is manifested in the diversity in ideas, concepts, ideologies and their free competition of people's minds. In a democracy, the media pluralistic. It is the diversity of political orientations and media positions that are creates conditions for the relative objectivity of the information space. Those who do not publish a single edition, who are supporters of a certain political force or a certain candidate, will publish other publications that support alternative political forces or alternative candidates. That is, political democracy, in contrast to undemocratic regimes, causes that citizens, using various sources of information, can compare various informational messages, make their own conclusions on this basis, and exercise their own will in the course of voting in political elections.

Thus, the task of a democratic government and civil society in the period of election campaigns is not to attempt to achieve some absolute objectivity, but to ensure free and fair competition of positions and programs of various political forces and candidates.

And then there is another important question: what is honesty of information?

In our opinion, honesty is an integral part of the objectivity of information. Media and journalists during election campaigns cannot, for the reasons described above, give up their political preferences and views that affect their publication. However, one thing is that if a journalist explicitly or implicitly supports a certain political force or a certain candidate on the basis

of his convictions during the coverage of political events, and the other, thing is when he deliberately publishes false information for legitimate reasons, disseminates fake information, thus deliberately misinforming citizens about the real state of things.

False information is information about something that does not really exist. It can be either a false apparent merit of a political force or a candidate who is mentioned in this publication, or about false sins of their opponents. The latter in media communications is called "black PR". However, not all negative information is "blackhead." If the negative facts about the political force or the candidate that the journalist cites in his publication are true, then such information cannot be considered "black PR". On the contrary, such information enables voters to have a closer look at this political force or this candidate and then make a more balanced choice in voting. "Black PR" is also false, defamatory information, created specifically for the misinformation of voters, usually on the orders of his rivals.

Commonly misleading information in the elections is *ordered* sociological research that is published in order to make voters vote for a certain political force or a particular candidate. In electoral campaigns, most voters focus on supporting those political forces and candidates who have a real chance of getting into representative bodies. The citizens are helped in navigating in the electoral space by sociological surveys conducted by polling public opinion. Taking this into account, dishonest political forces and candidates who do not have a sufficiently high ranking for victory often resort to the publication of fake survey results. Such results can be published without conducting surveys. Otherwise, the results of a real poll can be substantially adjusted in favor of the subject who ordered it. In the third case, the survey relies on a non-representative sample. However, in all these cases, voters receive inaccurate information that may affect their electoral choice.

Conclusion. Although there is not and cannot be some absolute objectivity of the media, the more so in the electoral race, the pluralistic nature of democratic regimes leads to the phenomenon of relative objectivity, which is that voters can use different editions that take different sides and explicitly or implicitly support various political forces and different candidates, compare their publications and then make their own choices.

Relative objectivity should be ensured by:

1. Prohibiting a concentration of information publishing houses in the hands of one owner;
2. Increasing control and criminal liability for publishing of inaccurate information.

Intensifying of work on shaping political and legal and professional culture of journalists (in this connection, it seems expedient to introduce

«Information Law» into the program of professional training of journalists in higher educational institutions of Ukraine, and adopt to the needs of their professional activities);

Paying more attention to the education of political culture of citizens.

The latter is also very important, since in order to use different sources of information and then to make their own conclusions on this basis, a person must have certain knowledge and ability to make self-analysis.

References

- Diamond, L. (1996). Is the Third Wave Over? *Journal of Democracy*, Vol. 7, No. 3. pp. 20-37. [In English].
- On Information*. Retrieved from <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/uk/ua/ua055uk.pdf> [In Ukrainian].
- On Elections of People's Deputies of Ukraine*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4061-17>. [In Ukrainian].
- On Elections of the President of Ukraine*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/474-14#n1658>. [In Ukrainian].
- Kelley, St. Jr. (1962). Elections and the Mass Media. *Law and Contemporary Problems*, Vol. 27, No 2. pp. 307–326. [In English].
- Carey, J. (1993). The Mass-Media and Democracy. Between the Modern and the Postmodern. *Journal of International Affairs*, Vol. 47, No. 1. pp. 1-21. [In English].
- Scheuer, J. (2007). *The Big Picture: Why Democracies Need Journalistic Excellence*. New York: Routledge. pp. 216. [In English].
- Buchin, M. (2012). The Role of the Media in Ensuring the Democratic Nature of the Election. Information, Communication, Society. *ICS-2012: Materials and International sciences conference*. Lviv: Lviv Polytechnic. pp. 160-161. [In English].
- Kulias I., Holovenko R., Zemliana I. (2018). *The mass-media and Elections. Self-Regulation, Security, Laws: Journalists in the Presidential and Parliamentary Elections*. N. Lyhacheva-Chernolutska, O. Romanyuk (Ed.). Kyiv, pp. 100. [In Ukrainian].
- Philosophical Encyclopedic Dictionary* (2002). B. Shynkaruk, Ye. Bystritsky, M. Bulatov (Ed.). Kiyv: Abris. pp. VI, 742 [In Ukrainian].
- Bentley, A. F (1908). *The Process of Government: A Study of Social Pressures*. Chicago: University of Chicago Press. pp. 538. [In English].
- On printed mass media (press) in Ukraine*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12>. [In Ukrainian].
- Romanyuk O. I., Kovalenko I. P. (2017). The Mass-Media and Political Regimes (The Problem of Mass-Media Determination by Political Regimes). *Visnyk of Kharkiv State Academy of Culture. Series: Social Communications* (Issue 50). pp. 245-251. [In Ukrainian].

Надійшла до редколегії 12.02.2019 р.

https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.11

УДК 070.1:327.5] (477:470)

К. О. Темчур, graduate student, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro

https://orcid.org/0000-0001-6162-7614

karina-aleksandrovna@meta.ua

CONFLICT DISCOURSE IN UKRAINIAN MEDIA DURING THE RUSSIAN AGGRESSION IN THE AZOV SEA

This article explores the pathogenic rhetoric of the Ukrainian media during the Russian attack on Ukrainian ships in the Kerch Strait. The purpose of the study is to define the terms of hate speech, dysphemisms and euphemisms used by journalists. To date, their functioning in the Ukrainian media discourse in the period of aggression in Azov has not been studied. The knowledge of these expressions and the application mechanisms of their usage helps to withstand some methods of hybrid war. The sources of these statements, including journalists, politicians, experts, activists, are found out. The author argues that the tendencies of conflict discourse in the Ukrainian media continue. Moreover, hate speech is constantly spread by the same media. The reason for this phenomenon is the lack of legislative regulation of coverage of the Russian-Ukrainian conflict and self-regulation of the media in Ukraine.

Keywords: Russian-Ukrainian conflict, war, Kerch Strait, hate speech, euphemism, dysphemism.

К. А. Темчур, магистр, Днепровский национальный университет имени Олеся Гончара, Украина, Днепр

КОНФЛИКТНЫЙ ДИСКУРС УКРАИНСКИХ МЕДИА ВО ВРЕМЯ АГРЕССИИ РОССИИ В АЗОВСКОМ МОРЕ

Исследуется патогенная риторика украинских медиа во время нападения России на украинские корабли в Керченском проливе. Цель исследования — рассмотреть термины языка вражды, дисфемизмы и евфемизмы, которые использовали журналисты. На сегодняшний день их функционирование в украинском медиа дискурсе периода агрессии на Азове не изучено. Знание этих выражений и механизмов их применения помогает противостоять некоторым методам гибридной войны. Выявлены источники этих высказываний, среди которых — сами журналисты, политики, эксперты, активисты. Установлено, что тенденции конфликтного дискурса в украинских медиа сохраняются. Более того, язык вражды постоянно распространяется одними и теми же медиа. Причина этого явления — отсутствие в Украине законодательного регулирования освещения российско-украинского конфликта и саморегулирования медиа.

Ключевые слова: российско-украинский конфликт, война, Керченский пролив, язык вражды, эвфемизмы, дисфемизмы.

К. О. Темчур, магістр, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро

КОНФЛІКТНИЙ ДИСКУРС УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА ПІД ЧАС АГРЕСІЇ РОСІЇ В АЗОВСЬКОМУ МОРІ

Актуальність. Досліджено патогенну риторику українських медіа періоду нападу Росії на українські кораблі в Керченській протоці. На сьогодні її функціонування в українському медіадискурсі під час агресії на Азові не вивчено.

Мета. Визначити терміни мови ворожнечі, дисфемізми та евфемізми, які використовували журналісти.

Методологія. Проаналізовано термінологічний апарат, який використовували українські медіа під час оперативного висвітлення агресії на Азовському морі. За допомогою контент-аналізу проаналізовано тексти інтернет-ресурсів, які висвітлювали хроніку подій у реальному часі. Також досліджено тексти інтернет-медіа, представлені в пошуковій системі Google.

Результати. Розглянуто мову ворожнечі, дисфемізми та евфемізми в текстах журналістів, зокрема в так званому «текстовому онлайні». Якщо дисфемізми лише розпалюють ненависть у суспільстві, то евфемізми допомагають зменшити напруження. Проте обидва механізми є негативними, адже призводять до викривлення реальної ситуації.

Новизна. Під час висвітлення українськими медіа агресії на Азовському морі використовувалися і дисфемізми, і евфемізми. З'ясовано джерела цих висловлювань, серед яких — самі журналісти, політики, експерти, активісти. Таким чином, журналісти поширюють патогенні висловлювання також, цитуючи слова третіх осіб.

Практичне значення. Знання цих висловів та способів їх застосування допомагає протистояти деяким методам гібридної війни. Актуальне розроблення механізму законодавчого регулювання конфліктного дискурсу українських медіа та пошуку шляхів його усунення.

Висновки. Визначено, що тенденції конфліктного дискурсу в українських медіа існують. Більше того, мову ворожнечі постійно поширюють одні й ті самі медіа. Причина цього явища — відсутність в Україні законодавчого регулювання висвітлення російсько-українського конфлікту та саморегулювання медіа.

Ключові слова: *російсько-український конфлікт, війна, Керченська протока, мова ворожнечі, евфемізми, дисфемізми.*

Introduction. Today Ukraine is in a state of hybrid war with Russia. Under such conditions, a powerful means of propaganda and incitement of conflict is the use of hate speech. At the same time, the definition of this concept, which would be in line with international standards, is still not regulated by law. Also, the Ukrainian legislation lacks punishment for using hate speech. Thus, the use of hate speech in the Ukrainian media is not controlled. Misunderstanding of the nature and the mechanism of this phenomenon by the journalists makes the country weak in the face of the military aggression of the enemy.

The notion of «hate speech» in general terms can be interpreted as «any expression of discrimination and hatred of people through their identity» (Countering hate: monitoring «hate speech» against LGBT people and responding to its manifestations in Belarus, Kyrgyzstan, Moldova, Russia and Ukraine, 2018). Researchers have identified the most widespread hate speech in the Ukrainian media for coverage of Russian-Ukrainian relations. These are nine words: «vatnik», «moskal'», «rashizm/rashist», «lugandon», «mordor», «benderi», «separi» (Morgun, 2016). It is noted that such disparaging names («pejorative») arise on the basis of negative ethnostereotypes and artificially split society (Hnatiuk, 2015). They also humiliate the enemy («dehumanize the enemy»), therefore, is a way of psychological protection (Karpiak, 2014).

The following types of hate speech in the media are distinguished:

- calls for violence;
- direct incitement to discrimination, including in the form of general slogans;
- veiled calls for violence and discrimination;
- creation of a negative image of an ethnic, religious or a certain social group;
- justification of historical cases of violence and discrimination;
- publications and statements that doubt generally acknowledged historical facts of violence and discrimination;
- statements about the inferiority of a particular ethnic or religious group or a certain social group as such;
- statements on historical crimes of an ethnic or religious group as such;
- statements on the criminal nature of a particular ethnic or religious group;
- statements about moral shortcomings of a particular ethnic or religious group;
- allegations of negative influence of one or another ethnic, religious or certain social group on society or state;
- mentioning a certain group or its representatives in a humiliating or offensive context;
- quoting obviously xenophobic statements and texts without comment;
- accusing of a group of attempts to seize power or of territorial expansion;
- denial of citizenship because of ethnicity (Ahmetieva, 2007).

Thus, during a hybrid war between Ukraine and Russia it is simply impossible to avoid using the hate speech.

In addition to hate speech, the media use euphemisms and dysphemisms. The former mitigates the statement, the latter, on the contrary, gives

it a negative coloring. Euphemization is substitution of words with rude or indecent meaning by words that express this content covertly. Dysphemization is a reverse phenomenon, the use of the more rude word instead of the stylistically and emotionally neutral one. Both mechanisms lead to distortion of the true meaning of the message.

A number of scientific publications deal with to the study of neologisms in the period of the Ukrainian-Russian conflict. These are various language aggressions that occur on both sides. They are used to cover events in the Crimea, the Donbass and Russia. Researchers note the intensification of the use of hate speech in Ukrainian media space with the onset of events on Maidan in 2013-2014.

Lexical changes in Ukrainian media space caused by socio-political transformations of 2013-2017 years were studied by M. Stepanenko, A. Morhun, V. Hnatiuk, T. Bondarenko, O. Taranenko, N. Lysiuk and others. Today there are no studies of hate speech during the military clash in the Azov Sea.

On November 25, 2018, a navy ship group were sailing from the port of Odessa to the port of Mariupol. Near the Kerch Strait, one of the Russian coast guard ships rammed the Ukrainian tug «Jany-Kapu», Ukrainian sailors were wounded and captured. The Russian side assured that they did not receive any request for permission to pass, that is Ukrainian ships were illegal in Russian territorial waters. The Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine, in turn, reported that the march was planned, that is, they had been warned about it in advance.

The purpose of the article is to define the manifestations of hate speech, euphemization and dysphemization in the Ukrainian media during the aggression of Russia in the Sea of Azov.

The objective of the article is to analyse hate speech, euphemisms and dysphemisms in the texts of Ukrainian Internet resources during this period.

Methodology. The study was conducted using the method of content analysis. The author analysed Ukrainian Internet resources that provided online chronology of events around the zone of conflict in the real time (news.liga.net and newsone.ua) and their post-analysis (gazeta.ua, 24tv.ua, 112.ua).

In the texts of these Internet resources, words that contained hate speech, dysphemisms and euphemisms were singled out. It was found out that their source was not only journalists, but also political and public figures. This fact prompted the thought that responsibility for spreading such statements lies not only with journalists.

Results. All Ukrainian media begin their reports about the Russia's aggression in the Sea of Azov with reference to the press center of the

Ukrainian Navy. Some of them resorted to this way of presenting information in real time as a chronicle. With this way of reporting dynamic information, the announcement of new related events seems to be authentic. Among such resources are news.liga.net and newsone.ua. They updated the information in real time over the next few days. In this way, the media create something like a newsletter (it is also called «text online») (Fig.1). In addition to brief operational information, reports of these resources also contained comments from politicians and experts.

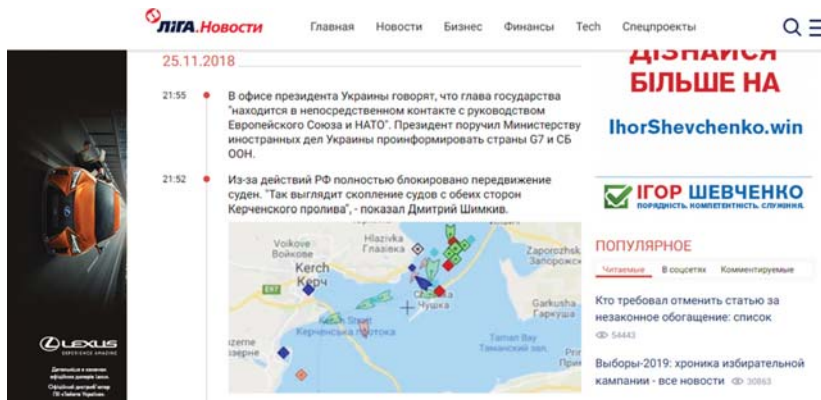


Figure 1. «Text online» on news.liga.net resource dated November 25, 2018.

Source: <https://news.liga.net/politics/chronicle/rossiya-napala-na-ukrainu-v-azovskom-more-hronika/page5> (28.02.2019)

Besides, some media resources, for example, gazeta.ua, 24tv.ua, 112.ua, began to submit a post-chronology of the conflict. Such materials were posted during the following months and can be classified as correspondence according to the genre.

Such actions of Russia are classified as an act of aggression. In accordance with Resolution 3314 (XXIX) of the General Assembly of the United Nations of December 14, 1974, the act of aggression is, in particular, an attack of the armed forces of the state on land, naval, air forces, or naval and air fleets of another state. Thus, according to international law, the events on the Azov Sea are precisely «aggression».

In their reports, in addition to the term «aggression», the media used the following concepts: «the conflict in Azov», «the collision in the Azov Sea», «Russian escalation in the Kerch Strait», «the incident in the Kerch Strait», «the sea provocation», «the war in the Sea of Azov». In particular, resources news.liga.net and newsone.ua, which provided a timeline of events in real time, used the following expressions:

- 1) news.liga.net – «Russian aggression against Ukrainian ships», «armed attack and seizure of Ukrainian ships», «Black Sea incident».

2) newsone.ua — «use of force by Russia», «aggressive actions of Russia», «the Russian Federation used weapons for defeat», «an attack on Ukrainian ships», «provocative actions of Russia», «exacerbation in the Sea of Azov».

Consequently, the media continues to use commonly accepted euphemisms to denote military aggression.

All expressions that contain hate speech and dysphemisms can be divided into four groups according to the source.

1. Hate speech in the statements of politicians. 1) «Having torn Ukraine into pieces, Poroshenko and the entire *maidannaia gopkompaniia*, will then make a tour around the world with lectures on the benefits of democracy, just as Saakashvili is doing now. Peace has already been established in Donbass. At present they have started with Kerch Strait. They are *highwaymen*. And the methods of *highwaymen* are: first provocation, then force pressure, and then accusation of aggression», — said Maria Zakharova, speaker of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation (25.11.2018, newsone.ua) (Fig.2).

"Разорвав Украину на части, Порошенко и вся майданная гопкомпания, как сейчас это делает Саакашвили, потом будут гастролировать по миру с лекциями о пользе демократии. В Донбассе мир уже установили. Теперь за Керченский пролив принялись. Бандиты с большой дороги. И методы бандитские: сначала провокация, затем силовое давление, а потом обвинение в агрессии", - заявила спикер МИД РФ Мария Захарова.

Fig. 2 Message in «text online» on the resource newsone.ua containing hate speech and dysphemisms. Source: <https://newsone.ua/news/accidents/rossijskij-spetsnaz-obstreljali-i-zakhvatil-ukrainskie-korabli-v-azovskom-more-vse-podrobnosti-eskalatsii.html> (28.02.2019)

2) «Urgent! On the way out of the Kerch Strait *rosiyane* used weapons against the ship of the Naval forces of Ukraine. One injured is on board. The Army Navy forces are deploying assistance measures. Before that, *rosiyane* threatened to use weapons during the release of naval vessels from the so-called «territorial sea of the Russian Federation» near the Crimea» (Permanent Representative of the President of Ukraine to the Crimea Boris Babin, 25.11.2018, newsone.ua) (Fig. 3).



Borys Babin

29 мин. · 🌐



Терміново! На виході з Керченській протоці росіяне застосували зброю проти корабля ВМС України. На борту є поранений. Сили ВМС ЗСУ розгортають заходи допомоги. До того росіяне погрожували застосуванням зброї під час виходу кораблів ВМС з так окупованого ними "територіального моря РФ" біля Криму



256

Коментарі: 19 Репости: 269

Fig. 3. Post on Facebook of the permanent representative of the President of Ukraine in the Crimea, Boris Babin, which resource newsona.ua has republished. Source: <https://newsona.ua/news/accidents/rossijskij-spetsnaz-obstreljali-i-zakhvatil-ukrainskie-korabli-v-azovskom-more-vse-podrobnosti-eskalatsii.html> (28.02.2019)

3) «In social networks, they published photos of two captured Ukrainian sailors: Andrey Artemenko and Andrei Aydar. «Cadets. Ukrainian sailors. Wounded by **Russian bandits** and captured, – wrote Irina Herashchenko, vice speaker of parliament in Facebook» (news.liga.net, 11.26.2018).

2. Hate speech in the statements of journalists. 1) «**The ringleader of the Crimean separatists** Aksenov: «Hysterics and provocations from the neighboring country will continue until the authorities in Kiev have a **Russophobic regime**» (news.liga.net, 25.11.2018).

2) «Together with the reports of the incident near Crimea, the Russian **propaganda media** massively made the strongest shelling of residential areas in the occupied part of the Donetsk region from the Ukrainian side» (news.liga.net, 25.11.2018).

3. Hate speech in the statements of experts. 1) Today, the ships (I mean the Russian Navy), of the «**zaporebrikovye**» group on Azov is in a state of permanent expansion <...>. In the long run, it should be the basis of the naval power of «**vatoboytsy**» in the Sea of Azov and be able to solve the widest range of combat tasks. <...> The Command of the Russian Navy <...> is already working on deployments a permanent naval operational unit in the north-eastern part of its water area (this is a «reinforcement» of already deployed naval «**Chekists**»», – says military expert Konstantin Mashovets» (gazeta.ua, 05.05.2018).

4. Hate speech in the statements of activists. In «text online» journalists also cite civic activists. In particular, the post by Alexander Gagaev contains direct calls for action. «In connection with the events in the Kerch Strait, we are rushing out to **rashistske** embassy in Povitroflotskaya. Join us!» (Alexander Gagaev, newsona.ua, 25.11.2018) (Fig. 4).

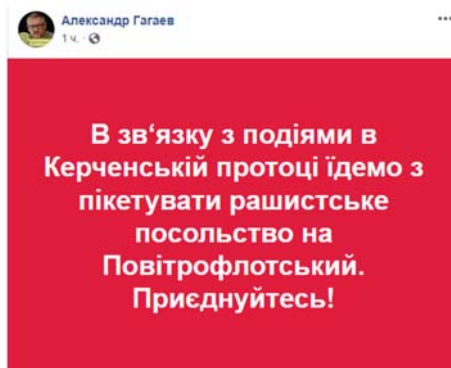


Fig. 4. The post by activist Oleksandr Gagaev calling for a meeting under the Russian embassy in Kyiv has republished by newsone.ua.

Source: <https://newsone.ua/news/accidents/rossijskij-spetsnaz-obstreljali-i-zakhvatil-ukrainskie-korabli-v-azovskom-more-vse-podrobnosti-eskalatsii.html> (28.08.2019)

Discussion. The research shows that today in the Ukrainian media space, the tendencies of conflict discourse, which began in 2013–2014, are maintained. The reason for this phenomenon is the lack of legislative regulation of the coverage of the Russian-Ukrainian Conflict. So far, the Ukrainian legislation does not even provide a definition of hate speech, to say nothing about the punishment for its use. Internet resources have the greatest freedom of action. This condition contributes to the circulation and multiplication of examples of hate speech and dysphemisms.

At the same time, the media that had used hate speech earlier, go on using it. The resources news.liga.net, gazeta.ua, 24tv.ua, in which we found hate speech, often used it before (Avoiding hate speech will bring peace, 2015). The reason for this is the lack of self-regulation of these media.

Recent studies indicate a sharp increase in the amount of hate speech and the substitution of euphemisms to dysphemisms. This situation can be characterized as about the transformation of journalism and acquisition of its signs of propaganda. In particular, modern journalistic texts contain direct calls for action, a black-and-white picture of the world, they change the system of values and behavior of the audience (Taranenko, 2017). Our research confirms such conclusions. But according to our results, the media actively continue to use euphemisms in the coverage of hostilities.

The problem of conflict of the Ukrainian media discourse requires further research. In particular, it is necessary to develop legal mechanisms for regulating linguistic aggression, possible ways of reducing it.

Conclusions. In the media discourse of Ukraine, which is in a state of hybrid war with Russia, there is a hate speech towards the opposite side.

Today, the media have also developed a series of sustained euphemisms and dysphemisms that are used in reports of hostilities.

Hate speech and dysphemisms occur both in the statements of the journalists themselves and in quoting politicians, experts, and public figures. Journalists also continue to use euphemisms to disguise the real content of the message.

The coverage of aggression in the Azov Sea by the Ukrainian media shows that the tendencies of conflict discourse that began during the events of the Maidan continue.

References

- Ahmetyeva, V. (2007). *Hate speech in the regional elections (winter 2006–2007)*. Moscow: IAC «Owl» [in Russian].
- Avoiding hate speech will bring peace*. (2015). Retrieved from: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/unikannya_movi_vorozhnechi_nablizit_mir/ [in Ukrainian].
- Countering hate: monitoring «hate speech» against LGBT people and responding to its manifestations in Belarus, Kyrgyzstan, Moldova, Russia and Ukraine*. (2018). Retrieved from: <https://www.article19.org/ru/resources/challenging-hate-monitoring-anti-lgbt-hate-speech-responses-belarus-kyrgyzstan-moldova-russia-ukraine/> [in Russian].
- Hnatiuk V. (2015). «Hate speech» in the Russian-Ukrainian war of 2014-2015 and the national consciousness of Ukrainians. *Historical and cultural studies*, 2 (1), 47–52. [in Ukrainian].
- Karpiak O. (2014). *Woolwithdill: the language of political memes*. Retrieved from: https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2014/08/140807_new_words_ko [in Ukrainian].
- Morhun A. (2016). The Russian war against Ukraine: contemporary discourse trends in modern Ukrainian mass media. *Scientific papers of I.F. Kurash national academy of sciences of Ukraine*, 3–4 (83–84), 352–362. [in Ukrainian].
- Taranenko O. V. (2017). Euphemization in the Ukrainian media discourse of the hybrid war period. *Social Communication: Theory and Practice*, Vol. 4, 19–27. [in Ukrainian].

Надійшла до редколегії 05.03.2019 р.

Розділ 4. ПРИКЛАДНІ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Розділ 4. APPLIED COMMUNICATION TECHNOLOGIES

https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.12

УДК 659 (477)

В. О. Осаула, викладач, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

osaula@ukr.net

https://orcid.org/0000-0002-7056-3162

СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА ЯК СФЕРА ІНТЕРЕСІВ УКРАЇНСЬКИХ НАУКОВЦІВ

Визначено та проаналізовано дисертаційні праці українських науковців, котрі концептуалізують уявлення про рекламу як про соціокомунікативний феномен. Дослідницькі розвідки систематизовано за галузями знань та основною тематикою наукового пошуку. Констатовано, що в українському науковому просторі бракує досліджень, присвячених рекламі, а соціальна реклама нині перебуває поза дослідницькою увагою. Це зумовлює важливість і перспективність подальших досліджень цієї теми, зокрема в межах і за допомогою методологічного інструментарію науки соціальних комунікацій.

Ключові слова: наукові дослідження, реклама, соціальна реклама, дисертаційні праці, соціальні комунікації.

В. А. Осаула, преподаватель, Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК СФЕРА ИНТЕРЕСОВ УКРАИНСКИХ УЧЕНЫХ

Определены и проанализированы диссертационные работы украинских ученых, которые концептуализируют представления о рекламе как о социокоммуникативном феномене. Исследовательские работы систематизированы по отраслям знаний и основной тематике научного поиска. Констатировано, что в украинском научном пространстве не хватает исследований, посвященных рекламе, а социальная реклама на сегодня осталась вне исследовательского внимания. Это обуславливает важность и перспективность дальнейших исследований рекламы, в частности в рамках и с помощью методологического инструментария науки социальных коммуникаций.

Ключевые слова: научные исследования, реклама, социальная реклама, диссертационные работы, социальные коммуникации.

■ **V. O. Osaula**, lecturer, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

SOCIAL ADVERTISING AS A DOMAIN OF INTEREST OF UKRAINIAN SCIENTISTS

The article defines and analyzes the theses of Ukrainian scholars from different fields of study, which conceptualize the idea of advertising as a socio-communicative phenomenon.

Research Methodology. The research uses a number of methods of general scientific, and special character: classification, content analysis of scientific literature, bibliographic, generalization, systematization.

Results. In the Ukrainian scientific space, there is not enough research on advertising, and social advertising in general has remained beyond research attention today. All this determines the importance and promises further research on advertising, in particular within and through the methodological tools of social communication science.

Novelty. An attempt is made to systematize the work of Ukrainian researchers in this field, in particular, within the framework of the scientific works — with the aim of finding the most optimal ways to form their own research position for the continuation of research in this area.

The practical significance. The article may be useful for scholars — researchers in various fields of scientific knowledge — all who are interested in the prospects for further research on various aspects of advertising.

Keywords: *scientific research, advertising, social advertising, thesis, social communication.*

Постановка проблеми. Особливе місце серед сучасних різновидів реклами посідає соціальна. Поняття public service announcement, public service advertising (PSA) (дослівно «повідомлення соціального сервісу») давно відомі в США та Європі. Також у деяких країнах використовують поняття «некомерційна реклама». Саме цими термінами традиційно позначають рекламний продукт, що суттєво відрізняється від того, який містить політичне спрямування, тобто є агітацією за конкретну особу або політичну силу, чи той, який переслідує економічно вигідні цілі й застосовується переважно комерційними організаціями.

В Україні таку рекламу називають соціальною, її основною особливістю є привернення уваги до соціальних послуг (поліція, пожежні, швидка допомога, освіта), суспільної проблеми тощо. Її завдання — інформування й популяризація, які водночас є важливими компонентами соціальної політики, засобами переорієнтації поведінки людини до позитивних моральних стандартів і ціннісних зразків, методами формування суспільної думки, які водночас не мають на меті отримання матеріальних зисків, принаймні відразу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальна реклама нині дедалі активніше привертає увагу українських дослідників. Так, вишло друком кілька наукових статей, серед яких такі: В. Є. Слушаєнко,

Л. О. Гірієвська «Соціальна реклама: світовий досвід та українські реалії», О. О. Анісімова «Соціальна реклама – феномен українського інформаційного простору», І. Стащук «Соціальна реклама: від (ре)трансляції цінностей до аксіологічної інтеракції», М. Докторович «Соціальна реклама: структура, функції, психологічний вплив», О. Меделяєва «Соціальна реклама та соціальний контекст маніпуляційного впливу реклами», Т. Безверха «Роль соціальної реклами у втіленні української національної ідеї», В. Дрешпак «Соціальна реклама в системі державно-управлінської комунікації», Т. Башук, М. Рибалка «Соціальна реклама та її сучасний розвиток в Україні» та ін.

Однак ґрунтовних наукових досліджень соціальної реклами (їдеться насамперед про дисертації) в українському просторі нині немає. Хоча наявні дослідження реклами містять певні важливі з точки зору наукової концептуалізації поняття «соціальна реклама» відомості, тому також потребують аналізу в контексті дослідження останньої, що й актуалізує тему статті, **мета** якої — з'ясувати стан дисертаційних досліджень реклами, зокрема соціальної, які концептуалізують уявлення про цей комунікативний феномен у працях українських науковців різних галузей знань.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найбільше дисертацій можна віднайти серед напрацювань економічного спрямування: праці С. Романишина, І. Ковшової, Н. Голди, Л. Капінус, у яких уточнено та узагальнено сучасні науково-теоретичні підходи до розуміння реклами, рекламної діяльності, формування цілей рекламної кампанії, класифікації творчої стратегії реклами, ефекту рекламної діяльності, медіа-стратегії. Також учені доповнили класифікаційні ознаки реклами: тип рекламного часу, спосіб сприйняття споживачем (звукова, візуальна, на дотик, аромореклама), тип візуалізації; визначили та розробили контроль і процес управління поведінкою споживачів через рекламне звернення.

Слід зазначити, що, хоча зазвичай замовниками соціальної реклами є некомерційні організації або державні органи чи служби, інколи соціальну рекламу представляють бізнес-структури, зокрема в межах корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), яка ґрунтується на розумінні важливості поліпшення середовища свого існування за допомогою добровільного інвестування в різні соціальні інститути, формою якого є соціальна реклама. Відтак, соціальна реклама та різні маркетингові стратегії можуть бути взаємопов'язаними, тому потребувати подібних підходів до свого розуміння.

Також найбільше уваги рекламі приділено в межах політологічних напрацювань, які водночас є чи не найдотичнішими до досліджень, що

проводяться науковцями із соціальних комунікацій, тому проаналізуємо їх детальніше. Крім того, функціональне призначення соціальної реклами, з одного боку, пов'язує її з рекламою як такою, а з іншого, — з пропагандою (О. Рожков, І. Маркін та ін.), яка, як відомо, часто використовується саме під час виборчих кампаній або як засіб ідеологічного впливу на суспільні погляди.

Так, Н. Лютко (2008) подає теоретико-методологічні засади дослідження політичної реклами, з'ясовує її суть і види та визначає залежність функцій від моделей виборчих компаній, взаємозумовленість реклами та ціннісної підсистеми нормативної системи суспільства, характеризує особливості політичної реклами в Україні.

М. Демченко (2011) висвітлює соціальний і політичний зміст реклами, її технологічні й організаційні особливості як складову комунікаційної системи сучасного суспільства, засіб впливу на політичні інститути та процеси; досліджує типові ознаки рекламної діяльності й рекламного продукту, відзначає причинно-наслідковий зв'язок між політико-комунікаційною системою та рекламною діяльністю в транзитивних країнах і сучасній Україні.

Г. Гранадзер (2007) аналізує теоретичні можливості вивчення політичної реклами як елемента системи соціальної комунікації на різних рівнях соціологічного знання; досліджує переваги й недоліки різних типів реклами, комунікативних каналів передачі рекламних повідомлень. З'ясовує основні тенденції використання вербальних складових структури друкованих політичних рекламних повідомлень, можливості визначення ефективності політичних рекламних повідомлень і політичних рекламних кампаній.

К. Луценко (2006) досліджує теоретичні концепції та форми практичної реалізації феномену політичної реклами в контексті комунікативного й маркетингового підходів, формулює поняттєво-категоріальний апарат дослідження політичної реклами та інших комунікативних технологій. Також на прикладі виборчих кампаній в Україні визначає особливості політичного рекламування на телебаченні, радіо, у пресі та Інтернеті.

І. Шовкун (2004) проаналізувала структуру, функції, типологічні форми політичної реклами, її інтегральну роль у системі масових політичних комунікацій, що відбуваються в межах раціональних і емоційних засобів дії на аудиторію, зумовлюючи усвідомлені та неусвідомлені реакції індивідів.

Н. Яковлева (2010) досліджує комунікативний аспект політичної пропаганди, обґрунтовує її структурні взаємозв'язки з поняттями «інформація», «комунікація», «маніпуляція», «ідеологія», виокремлює такі

способи організації комунікації: пропаганду, PR, рекламу. Розглядає сучасне використання політичної пропаганди, її інструменти, особливості, тенденції як у світі загалом, так і в Україні зокрема. Висновує, що політична пропаганда в сучасній практиці є одним із найефективніших і найдієвіших видів комунікативної діяльності.

Н. Удріс (2003) досліджує рекламу в межах соціології. Визначила «рекламу» як динамічну інформаційну систему, завдяки якій здійснюється непрямий контроль за розвитком економічних, соціальних, культурних процесів у суспільстві, зокрема нормативно-ціннісних орієнтацій повсякденної життєдіяльності індивідів; як засіб формування способу життя споживачів рекламної інформації. З'ясування характеристик та умов функціонування реклами як знакової системи зумовило використання у вітчизняній рекламній продукції українських національних знаків і символів. Національно ідентифіковану рекламну продукцію розглянуто як засіб формування сучасного способу життя міського населення України.

У докторській дисертації Н. Лисиця (1999) розглянула рекламу як соціальний інститут сучасного українського суспільства, проаналізувала його явні й латентні функції та дисфункції. Розробила соціологічну модель прогнозування реклами й визначення її ефективності на основі дослідження рекламної акупунктури: цінностей, потреб, мотивів.

Філософів, культурологів, мистецтвознавців реклама зацікавлює насамперед як феномен сучасної культури в культурологічному, естетико-художньому аспектах (Р. Сапенко (2009)) як багатовимірне соціальне явище, стійка система соціальної взаємодії людей, здатна упорядковувати соціальні зв'язки, впливати на суспільство та свідомість людини (Л. Васильєва (2005)), як явище загальнолюдської, зокрема художньої, культури та особливий вид мистецтва, що здійснює естетичний вплив на різні сфери життя у зв'язку з різними галузями гуманітарних знань (О. Оленіна (1999)), а також у контексті іміджології, брендинга, міфодизайну як чинників формування стратегій маркетингових комунікацій у туризмі з визначенням їх подієвих, етичних, естетичних ознак (В. Кушнар'ов (2010)).

Слід зазначити, що лише в межах педагогіки існують напрацювання, присвячені безпосередньо соціальній рекламі, зокрема в дисертації О. Сватенкова «Педагогічні умови захисту права дитини на сім'ю засобами соціальної реклами» (2010) виявлено структуру та зміст поняття «соціальна реклама», її педагогічні можливості в захисті права дитини на родину, розроблено критерії й показники оцінки педагогічної ефективності соціальної реклами, з'ясовано її рівні та особливості прояву.

У дослідженні А. Стрелковської (2007) «Соціально-педагогічні умови формування позитивно спрямованої поведінки молоді засобами со-

ціальної реклами» соціальну рекламу визначено як засіб впливу, ефективність якого підвищується за умови поєднання з іншими засобами та використання соціальної реклами в рекламно-інформаційній кампанії. Розглянуто поняття «соціальної реклами» як соціально-педагогічний фактор впливу на особистість і визначено психологічні механізми його дії та критерії ефективності.

Власне в межах соціальних комунікацій рекламі присвячено дисертацію С. Соловійова «Реклама в галузі науки і техніки (за матеріалами періодичної преси)» (2008), у якій проаналізовано моделі реклами, розкрито функції й особливості прямої та прихованої реклами, та дисертацію А. Лященко «Реклама як соціокультурне явище в системі масової комунікації» (2009). В останній на матеріалі реклами в Україні досліджено рекламу як соціокультурне явище в контексті українського етносу, вивчено її функціонування як форми соціальної комунікації, яка завдяки інформаційним каналам сприяє передачі духовного досвіду у вигляді моделей поведінки споживачів, що може містити позитивне та негативне начала. Доведено, що реклама є культурним посередником у системі соціальної комунікації та впливає не лише на поведінку людей, а й на суспільні настрої, інтеграцію громадського життя, соціальну мобільність, легітимність влади.

Висновки. Отже, в Україні зростає рівень наукового зацікавлення рекламою серед представників різних наукових напрямів — економістів, культурологів, мистецтвознавців, філологів, дослідників соціальної комунікації, педагогів, політологів та ін., що спричинено структурно-функціональною складністю та багатоаспектністю самого феномену. Проте, на жаль, їх обмаль, а ґрунтовних досліджень соціальної реклами, зокрема в межах науки соціальних комунікацій, нині не знайдено. Це зумовлює важливість і **перспективність подальших досліджень** реклами, зокрема в межах і за допомогою методологічного інструментарію науки соціальних комунікацій.

Список посилань

- Васильєва, Л. А. (2005). *Соціально-філософська концептуалізація реклами (Автореф. дис. ... канд. філософ. наук: 09.00.03)*. Харківський університет повітряних сил. Харків.
- Гранадзер, Г. Б. (2007). *Політична реклама як засіб розвитку комунікативного дискурсу (Автореф. дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04)*. Київський національний університет імені Т. Шевченка. Київ.
- Демченко, М. В. (2011). *Реклама як чинник демократичних перетворень у політичному процесі сучасної України (Автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02)*. Дніпропетровський національний університет імені О. Гончара. Дніпропетровськ.

- Кушнар'ов, В. В. (2010). *Туристична реклама в соціокультурному просторі сучасної України (Автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.01)*. Київський національний університет культури і мистецтв. Київ.
- Лисиця, Н. М. (1999). *Реклама як соціальний інститут (Автореф. дис. ... д-ра соціол. наук: 22.00.03)*. Університет внутрішніх справ. Харків.
- Луценко, К. В. (2006). *Політична реклама як іміджева технологія у системі комунікації та маркетингу (Автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.02)*. Чернівецький національний університет імені Ю. Федьковича. Чернівці.
- Лютко, Н. В. (2008). *Політична реклама у виборчих технологіях: аксіологічно-нормативні виміри та принципи (Автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.02)*. Львівський національний університет імені І. Франка. Львів.
- Лященко, А. В. (2009). *Реклама як соціокультурне явище в системі масової комунікації (Автореф. дис... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.06)*. Київський національний університет імені Т. Шевченка, Інститут журналістики. Київ.
- Оленіна, О. Ю. (1999). *Реклама як явище художньої культури (Автореф. дис. ... канд. мистецтвознав.: 17.00.01)*. Національна музична академія України імені П. І. Чайковського. Київ.
- Сапєнько, Р. П. (2009). *Реклама як транскультурний феномен (Автореф. дис. ... д-ра філософ.: 26.00.01)*. Державна академія керівних кадрів культури і мистецтв. Київ.
- Сватєнков, О. В. (2010). *Педагогічні умови захисту права дитини на сім'ю засобами соціальної реклами (Автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05)*. Інститут проблем виховання АПН України. Київ.
- Соловйов, С. Г. (2008). *Реклама в галузі науки і техніки (за матеріалами періодичної преси) (Автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.06)*. Київський національний університет імені Т. Шевченка. Інститут журналістики. Київ.
- Стрєлковська, А. Л. (2007). *Соціально-педагогічні умови формування позитивно спрямованої поведінки молоді засобами соціальної реклами (Автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.05)*. Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. Київ.
- Удріс, Н. С. (2003). *Реклама як засіб формування сучасного способу життя міського населення України (Автореф. дис... канд. соціол. наук: 22.00.04)*. Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. Харків.
- Шовкун, І. В. (2004). *Політична реклама як комунікативний процес (Автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.024)*. Львівський національний університет імені І.Франка. Київ.
- Яковлева, Н. І. (2010). *Пропаганда як складова політичної комунікації (Автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02)*. Київський національний університет імені Т. Шевченка. Київ.

References

- Vasiliev, L. A. (2005). *Socio-philosophical conceptualization of advertising (Author's dissertation ... Candidate of philosophical sciences: 09.00.03)*. Kharkiv University of Air Forces. Kharkiv. [In Ukrainian].
- Granadzer, G. B. (2007). *Political advertising as a means of development of communicative discourse (Author's dissertation, candidate of social sciences: 22.00.04)*. Kyiv National Taras Shevchenko University. Kyiv. [In Ukrainian].
- Demchenko, M. V. (2011). *Advertisement as a factor of democratic transformations in the political process of modern Ukraine. (Author's dissertation ... Candidate of Political Science: 23.00.02)*. Oles Honchar Dnipro National University . Dnipropetrovsk. [In Ukrainian].
- Kushnarev, V. V. (2010). *Tourist advertising in the socio-cultural space of modern Ukraine (Author's dissertation ... Candidate of Cultural Studies: 26.00.01)*. Kyiv National University of Culture and Arts. Kyiv. [In Ukrainian].
- Lysytsa, N. M. (1999). *Advertising as a social institution (Author's dissertation ... Dr. Sociological Science .: 22.00.03)*. University of Internal Affairs. Kharkiv. [In Ukrainian].
- Lutsenko, K. V. (2006). *Political advertising as image technology in the system of communication and marketing (Author's thesis for the candidate of political sciences: 23.00.02)*. Yurii Fedkovych Chernivtsi National University . Chernivtsi. [In Ukrainian].
- Lytutko, N. V. (2008). *Political advertising in electoral technologies: axiological-normative dimensions and principles (Author's dissertation, candidate of political science, 23.00.02)*. Ivan Franko National University of Lviv . Lviv. [In Ukrainian].
- Lyashchenko, A. V. (2009). *Advertising as a socio-cultural phenomenon in the system of mass communication (Author's abstract of the thesis of the Candidate of Sciences in Social Communications: 27.00.06)*. Kyiv National Taras Shevchenko University, Institute of Journalism. Kyiv. [In Ukrainian].
- Olenina, O. Yu. (1999). *Advertising as a phenomenon of artistic culture (Author's dissertation ... Candidate of Art criticism: 17.00.01)*. Petro Tchaikovsky National Music Academy of Ukraine . Kyiv. [In Ukrainian].
- Sapenko, R. P. (2009). *Advertising as a transcultural phenomenon (Author's dissertation ... Dr. philosopher: 26.00.01)*. National Academy of Culture and Arts Management . Kyiv. [In Ukrainian].
- Svatenkov, O. V. (2010). *Pedagogical conditions for the protection of the rights of the child to the family by means of social advertising (Author's abstract of the ... Candidate of Pedagogical Sciences: 13.00.05)*. Institute for Education Problems of the Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine. Kyiv. [In Ukrainian].
- Soloviev, S. G. (2008). *Advertising in the field of science and technology (a case study of the periodical press) (Author's abstract of the ... Candidate of Sciences in Social Communications: 27.00.06)*. Kyiv National Taras Shevchenko

-
- University. Institute of Journalism. Kyiv. [In Ukrainian].
- Strelkovsky, A. L. (2007). *Socio-pedagogical conditions of formation of positively directed behavior of youth by means of social advertising (Author's abstract of the candidate of pedagogical sciences: 13.00.05)*. National Pedagogical Dragomanov University. Kyiv. [In Ukrainian].
- Udris, N. S. (2003). *Advertising as a means of forming a modern way of life of the urban population of Ukraine (Author's thesis for a candidate of social sciences: 22.00.04)*. V. N. Karazin Kharkiv National University. Kharkiv. [In Ukrainian].
- Shovkun, I. V. (2004). *Political advertising as a communication process (Author's dissertation for a candidate of political sciences: 23.00.024)*. Ivan Franko National University of Lviv. Kyiv. [In Ukrainian].
- Yakovlev, N. I. (2010). *Propaganda as a component of political communication (Author's dissertation ... Candidate of Political Science: 23.00.02)*. Kyiv National Taras Shevchenko University. Kyiv. [In Ukrainian].

Надійшла до редколегії 25.01.2019 р.

https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.13

УДК 338.487:659.126(477)(045)

S. S. Rostovtsev, Candidate of Sciences in Social Communications, Senior Lecturer, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

rostovtsev.sergey@gmail.com

https://orcid.org/0000-0003-4437-9190

BRANDING OF UKRAINE AS A TOURIST DESTINATION

This paper presents the ways of the development of Ukrainian touristic brand developing. Particular attention is given to the core values of country branding and identification of the key aspects of country positioning. The study shows the importance of presenting Ukraine abroad by taking part in international exhibitions, competitions, championships and other events. Special attention is also paid to the importance of online presence and the necessity of creating high quality tourism website. The paper describes components which are important to perform SEO so that the website could reach the first position in search results.

Keywords: *tourism destination, branding of Ukraine, Search Engine Optimization, presenting of Ukraine abroad, destination brand.*

С. С. Ростовцев, кандидат наук з соціальних комунікацій, старший викладач, Харківська державна академія культури, м. Харків

БРЕНДИНГ УКРАЇНИ ЯК ТУРИСТИЧНОГО НАПРЯМУ

Актуальність. Активне залучення іноземних туристів на територію України передбачає й наявність впізнаваного туристичного бренда країни, що зумовлює дослідження способів його створення та розвитку.

Мета статті — запропонувати способи створення бренда України як туристичної дестинації.

Методологія. У дослідженні використано методи опису, зіставлення та узагальнення.

Результати. Згідно з дослідженням, в умовах розвитку інформаційно-комунікаційних технологій необхідною умовою залучення іноземних туристів на територію України є формування бренду дестинації, який дозволить країні виокремитися з-поміж конкурентів за допомогою створення унікального імені та позиціонування для цільової аудиторії. Водночас зазначається, що сьогодні більшість учасників ринку, обираючи туристичні напрямки, надає переваги передусім інформації, отриманої з Інтернету. Утім представленість України на міжнародному ринку в онлайн-середовищі недостатня, а Інтернет як рекламний майданчик потребує досконалішого вивчення.

Новизна. Уперше пропонується практичний підхід до створення бренду України з орієнтацією на онлайн-середовище.

Практичне значення. Рекомендації, наведені в дослідженні, можуть використати відповідні особи в процесі формування стратегії розвитку туристичного бренду України та її реалізації.

Висновки: Створення туристичного бренду України має передбачати: 1) з'ясування основних цінностей брендингу країни; 2) визначення ключових аспектів позиціонування країни; 3) створення та поширення атрибутів

бренда, таких як логотип і слоган; 4) представлення країни за кордоном на міжнародних виставках, конкурсах, чемпіонатах та інших заходах; 5) створення експертної групи, яка відповідатиме за стратегічні та технічні питання брендингу України; 6) створення високоякісного туристичного веб-сайта; 7) здійснення пошукової оптимізації для досягнення веб-сайтом перших позицій в результатах пошуку.

Ключові слова: *брендинг України, туристична дестинація, пошукова оптимізація, презентація України за кордоном, бренд території.*

С. С. Ростовцев, кандидат наук по соціальним комунікаціям, старший преподаватель, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

БРЕНДИНГ УКРАИНЫ КАК ТУРИСТИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ

Показано, что в условиях развития информационно-коммуникационных технологий необходимым условием привлечения иностранных туристов на территорию Украины является формирование бренда дестинации, который позволит стране выделиться среди конкурентов путем создания уникального имени и позиционирования в сознании целевой аудитории. Вместе с тем, отмечается, что сегодня большинство участников рынка, выбирая туристические направления, руководствуется в первую очередь информацией, полученной с Интернета. В результате предложен ряд мероприятий по созданию туристического бренда Украины.

Ключевые слова: *брендинг Украины, туристическая дестинация, поисковая оптимизация, презентация Украины за рубежом, бренд территории.*

Problem statement. The development of information and communication technologies in recent years has led to the emergence of new models of relationships in the social and economic life. If we talk about tourist destinations as one of the objects of influence of socio-economic changes, the current situation requires both tourism business representatives and state authorities to be familiar with the diversity of new technologies and marketing tools and quickly adapt their activities in accordance with modern requirements. Special attention, however, should be given to the branding of a destination that will distinguish itself from competitors by creating a unique name and positioning in the minds of the target audience.

The state authorities of Ukraine have recently carried out a number of actions oriented on popularizing the country around the world — in particular brand attributes of the country have been developed with recommendations on their use. At the same time, it should be noted that most people these days are guided primarily by information from the Internet, when they choose tourist destinations. However, the representation of Ukraine as tourist destination in online environment remains at an insufficient level, and the Internet as an advertising space requires a more thorough study.

Research publications. Branding of territories as a scientific challenge has been widely covered in the works of both Ukrainian and foreign experts. Specific features of the promotion of certain regions and cities of Ukraine were studied by such scholars as O. Soskin, O. Olefirenko, M. Karpishchenko, V. Yermachenko, I. Smirnov, S. Matusyak and others. Such researches as O. Zozulov, S. Sholudchenko, N. Vladchenko studied the structural components of the territory brand. Issues of constructing a strategy for promoting the tourist brand of the country were studied by E. Blinov, O. Muzychenko-Kozlov, O. Bilovodska and others.

However, it is important to understand that the role of the Internet and search optimization, as tools of destinations promotion, are not sufficiently studied.

The main material. The choice of tourism destination is a significant lifestyle indicator for today's consumers and the places where they choose to spend their time should have emotional appeal, high conversational capital and celebrity value. The World Tourism Organization confirms this view, suggesting that tourism destinations will be considered by customers as fashion accessories in the twenty-first century. Indeed, as style symbols, destinations can offer similar consumer benefits to highly branded lifestyle items. These are used to communicate statements and group memberships, as vacation trips are expressive devices communicating messages about identity, lifestyle and status. Traveling for leisure is increasingly permeating the discourse of everyday life, but remains a highly involving experience, extensively planned, excitedly anticipated and fondly remembered.

Like manufacturers' brands, place brands evoke certain values, qualifications and emotional triggers in the consumer's mind about the likely values of any product that comes from that place. A place brand can behave just like a manufacturer's brand, providing trust, a guarantee of quality, which promotes the entry of its new "sub-brands" on the market.

The American Marketing Association (2018) defines a brand as a "name, term, sign, symbol, or design, or a combination of them intended to identify the goods and services of one seller or group of sellers and to differentiate them from those of competition". However, launching a global place brand requires an objectivity — the ability of managers to see the places as others do, and to accept that this is, at least in commercial terms, more important than the way they see themselves. It requires government support and constant investment in the place brand itself, which in turn requires commitment, collaboration and effective synergy among the main communicators of the country's image in the global media: usually the tourist board, the airline and the major food producers, because these are the routes by which the national brand is most commonly created and exported.

It is also important to remember that branding a country is not the same thing as promoting tourism. The promotion of tourism obviously occupies more common ground with nation-branding than any other aspect of a country's external affairs, but it is merely a part of the whole. Although the economies of more and more places do depend on tourism, other factors may be equally important, such as stimulating inward investment and aid, encouraging both skilled and unskilled workers to immigrate, promoting the country's branded and unbranded exports internationally, increasing the international business of the national airline, facilitating the process of integration into political and commercial organizations such as the European Union or the World Tourism Organization, and a wide range of other interests (Morgan, Pritchard, & Pride, 2015).

A country's image results from its geography, history, ideas, art and music, famous citizens and other features. The entertainment industry and the media play a particularly important role in shaping people's perceptions of places, especially those viewed negatively. Not only are product categories such as perfumes, electronics, precision instruments, wines, cars and software strongly identified with certain places, but so also are societal ills such as AIDS epidemics, political riots, civil rights violations, attacks on the environment, racial conflict, economic turmoil, poverty and violent crime. All of these have been repeatedly and strongly associated with certain locales. Of course, different people and groups are likely to hold different stereotypes of nations since the mental phenomenon is inherently subjective. However, sometimes they are widespread and pervasive across elements of the same group; they are social cognitions, mental representations shared by members of a given society (Grundey, Toluba, & Brukiene, 2006).

Strategic place marketing concerns the enhancement of a country's position in the global marketplace. It requires understanding the environmental forces that may affect marketability, that is, the strengths and weaknesses of the country to compete with others, such as the size of domestic market, access to regional trade areas, education of the population, tax incentives, skilled labour, cost of labour, security and others. It also entails monitoring the external environment, that is, a dynamic understanding of opportunities and threats, as well as the competitive forces in the environment. The process must involve government, citizens and businesses, all with a shared vision. It requires setting and delivering the incentives and managing the factors that may affect place buyers' decisions, including image, attractions, infrastructure and people. The following subsections will deal with different tasks of country brand management, namely, managing the image, attracting tourists, attracting factories and companies, and seeking new market opportunities.

Confronting a negative image can be a difficult task. There is no control over environmental factors that may keep tourists and investors away, such as natural disasters, political turmoil and economic downturns. Even more difficult can be controlling how the media and the press disseminate a country's problem, often creating or perpetuating stereotypes. And to improve a country's image, it may be easier to create new positive associations than trying to refute old ones.

For country branding the following strategic management approach is required:

1. To carry out a SWOT analysis to determine its key strengths, weaknesses, opportunities and threats.
2. To choose some industries, personalities, natural landmarks and historical events that could provide a basis for strong branding and storytelling.
3. To develop a concept that would cover and be consistent with all of its separate branding activities. (For example a country of pleasure, quality, security, honesty, progress or other concepts).
4. To allocate sufficient funds to each branding activity which is to have a large impact.
5. To create export controls to make sure that every exported product is reliable and delivers the promised level of performance.

A destination brand can be developed in a variety of ways, most obviously in advertising, through direct marketing, personal selling, on websites and in brochures, but also through public and media relations, and through the co-operation of destination marketing organizations (DMOs) with journalists, event organizers and film-makers. Moreover, place promotion, defined as 'the conscious use of publicity and marketing to communicate selective images of specific geographic localities or areas to a target audience', not only involves advertising and publicity, but also encompasses "flagship" developments and events in the arts, media, leisure, heritage, retailing or sports industries (Gold, & Ward, 1994, p. 2).

According to study results on how Ukraine is perceived abroad, conducted with the support of the British government, the three most popular associations with Ukraine are "corruption", "revolution" and "war" (Banda agency, 2018).

People, who have never been to Ukraine, see Ukrainians as closed, aggressive and intolerant. This image is shaped largely from what they see and hear in the news. With such a reputation it is difficult to attract investment and tourists to the country. However, those who have visited country at least once, change their minds and point out the hospitality of Ukrainians, wonderful landscapes, culture and architecture.

In order to change the image of Ukraine and convince foreigners to visit it, it is vital to have a new brand that will show Ukraine as an open and

modern country. The previous country's tourism brand identity "Ukraine: It's all about U" didn't find an extensive use in promotion activities despite the detailed description of the brandbook. In 2018 the large international marketing campaign of the Ukrainian government "Ukraine Now" started. Its goal is to form a new brand of Ukraine in the world, to attract investments into the country and to improve the tourism potential. The commission of 27 experts took part in preparation of this campaign. Their task was to collect data and materials for brand creation that will demonstrate the attractiveness of Ukraine for tourism, cultural interaction and business.

As a result, the Cabinet of Ministers of Ukraine approved a single brand "Ukraine Now" that was suggested by the Ukrainian agency "The Banda" in the framework of work of the Commission for the issues of Ukraine's promotion within the Ministry of Information Policy of Ukraine and on the proposals of British partners. At present has been created an adaptable for different needs brand's logo and a brandbook with explanations and recommendations on its usage.

Moreover, the Ministry of Information Policy of Ukraine (2018) puts a number of measures into effect on Ukraine promotion. For example in 2018 the new brand was presented at the American Chamber of Commerce in London (Great Britain), at the presentation of government reforms in Copenhagen (Denmark), New York (USA) and numerous public events on all topics and areas of focus.

However, establishing the core values of the destination and its brand and developing the brand identity are only a small part of successful country brand positioning. One way to present the country abroad is its participation in international exhibitions, competitions, championships and other events. To maximize the country's brand awareness and attract new foreign tourists, such tools as offline advertising, including videos, should be used. At the same time, when we talk about advertising, it is important to define the target audience and promotional materials.

According to the fact that the climate and natural resources of Ukraine are of a little difference with neighboring states and the most of European countries it should be assumed that these territories can't become wide tourist's providers in terms of traditional tourism interests. Therefore, the efforts must be focused on more distant countries for which Ukraine is seen as an exotic country such as Morocco, Iran etc.

As for the promotional materials, it should be a concentration of topical information aimed at presentation of Ukrainian's nature, ethnic cuisine, cultural characteristics, business opportunities etc, with brand attributes usage. For example, the project "Ukrainer" (2018) — an expedition the aim of which is to discover various regions of Ukraine — suggests a number of

high-quality videos that show the beauty of Ukrainian nature and which can be used for advertising purposes.

On a par with the participation in international exhibitions, competitions and other offline activities, the Internet plays a crucial role in promoting the country. The vast majority of travelers make their decision about travel destination based on the information from the Internet, using such search queries as “travel to Ukraine”, “what to see in Ukraine”, “places to visit in Ukraine” etc.

According to these queries, we get links to the websites “Travel to Ukraine”, which is called as the official website and guide for Ukraine, but which has an unattractive interface design, visible problems of some images and icons display, mobile unfriendliness and some others; “Lonely Planet”, which can serve as an authoritative source for foreigners, but presents a limited amount of information and does not reveal the features of Ukraine to the full extent, and a number of less relevant resources. The newly created project “Ukrainer” has high-quality content and may be of interest to travelers, but it is limited on describing places and people only, without providing additional tourist information and it is not visible in the top of search results for English-speaking queries.

Thus, there is a lack of single web resource, which will allow to meet the information needs of travelers in full. To solve this problem the two step-process is needed: 1) to create a well-designed, attractive and informative tourist web site; 2) to optimize this website and reach the top positions in search results on various queries.

As for the website structure, it must include such elements: 1) Logo (Ukraine Now); 2) Header 1 with buttons “About Ukraine”, “Media Center” (Photos, Videos, Articles), “Contact Us”, links on social media accounts, “Search”, “Language Preference”, “Favorites” and “Visit Planner”; 3) Header 2: “Where to go”, “What to do”, “Experience”, “Stories”, “Events” and “Visit Planner”; 4) An image slider with high resolution photos; 5) Website body which has such blocks one under another: “Top stories”, “Where to go”, “Hot attractions” on an interactive map, “What to do”, “Experiences”, “Stories shared by locals and travels”; 6) Footer 1: “Site Map”, “Upcoming events”, “Latest stories”, “Find us on Social media”, “Subscribe to our news”; 7) Footer 2: Links for downloading apps. Such structure will give an opportunity to present the most relevant information in the most compact way.

Considering that search engines generate the most traffic to the websites, comparing to social media and other types of communicative tools, the next step after creating a user-friendly, well-structured and properly designed touristic website of a country is to increase its visibility in organic (non-paid) search engine results and improve rankings, so that potential tourists could reach according to their search query and satisfy their information needs.

To increase the website visibility, such marketing activity as Search Engine Optimization (SEO) should be used, which is aimed at making website easy for both users and search engine robots to understand. The SEO-process includes a number of following stages (Moz, 2018):

1) Engine-friendly design and development that must be provided by programmers, information architects and designers. This aspect includes: providing alt text for images; supplementing search boxes with navigation and crawlable links; Flash or Java plug-ins with text on the page; providing a transcript for video and audio content if the words and phrases used are meant to be indexed by the engines.

2) Keywords usage and targeting. Keywords are the building blocks of language and search and are the basis for information retrieval (including web-based search engines like Google). The keyword phrases mentioned above should be used: in the beginning of the title tag; once prominently near the top of the page; at least two or three times, including variations, in the body copy on the page; once in the alt attribute of an image on the page; in the URL; in the meta description tag.

3) The title element of a page usage, which is meant to be an accurate, concise description of a page's content and is critical to both user experience and search engine optimization.

4) Meta tags usage. The Meta Robots tag can be used to control search engine crawler activity (for all of the major engines) on a per-page level. The meta description tag exists as a short description of a page's content. Search engines do not use the keywords or phrases in this tag for rankings, but meta descriptions are the primary source for the snippet of text displayed beneath a listing in the results. Also such metatags as Meta Keywords, Meta Content-type etc are used.

5) Avoiding canonical and duplicate versions of content.

6) Usage of snippets, which help easily identify the type of content for search engines.

7) Providing easy to use, navigate and understand website, which is professionally designed and accessible to modern browsers with high quality, legitimate and credible content.

8) Links building. There are three basic types of links: "Natural" editorial links that are given naturally by sites and pages that want to link to the specific content; Manual "outreach" links are created by emailing bloggers for links, submitting sites to directories, or paying for listings of any kind; Self-created, non-editorial links include the opportunity to create links through guest book signings, forum signatures, blog comments, or user profiles.

Generally, these steps do not require significant financial expenditures, but presuppose the presence of a specialist responsible for the development

and support of the website, which is also meant to be a SEO-specialist, copywriter and designer, as well as to be aware of the website idea, its orientation, specifics and goals.

Conclusion. Thus, one of the conditions for creating a destination brand is the constant usage of all the brand attributes. However, for most brands it is sufficient to use two or three of them, and they must be in harmony with each other, fit into the overall brand's unique system, take into account consumer preferences and expectations. For Ukraine the process of tourism brand building consists of several important steps: 1) To find out the core values of country branding; 2) To identify the key aspects of country positioning; 3) To create and overspread the brand attributes such as logo and slogan; 4) To present the country abroad by taking part in international exhibitions, competitions, championships and other events; 5) To form an expert group which will be responsible for strategic and technical issues of Ukraine branding; 6) To create a high quality website; 7) To perform SEO so that the website could reach the first position in search results.

References

- American Marketing Association. (2018). *American Marketing Association*. Retrieved from <https://www.ama.org/> [In English].
- Banda Agency. (2018). *Banda Agency*. Retrieved from <http://banda.agency/ukrainenow/> [In Ukrainian].
- Brukiene, J., Grundey, D., & Toluba, B. (2006). Country Image as a Marketing Tool for Fostering Innovation and Entrepreneurship. *Economics and Competition Policy*, p. 25-42.
- Gold, J., Ward, S. (1994). Place promotion: The use of publicity and marketing to sell towns and regions. *John Wiley and Sons*, p. 228.
- Ministry of Information Policy of Ukraine. (2018). *Ministry of Information Policy of Ukraine*. Retrieved from <https://mip.gov.ua/en/> [In English].
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2015). *Destination Brands* (3 ed.). London: Routledge [In English].
- The Beginners Guide to SEO. (2018). *MOZ*. Retrieved from <https://moz.com/beginners-guide-to-seo> [In English].
- Ukraïner. (2018). *Ukraïner*. Retrieved from <https://ukraïner.net/> [In Ukrainian].

Надійшла до редколегії 17.01.2019 р.

https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.14

УДК 316.343-057.85:323.27(477)“1917/1921”]:930](045)

В. М. Шейко, доктор історичних наук, професор, дійсний член Національної академії мистецтв України, заслужений діяч мистецтв України, Харківська державна академія культури, м. Харків

rector-2@ic.ac.kharkov.ua

<http://orcid.org/0000-0002-3532-7439>

ИНТЕЛЛИГЕНЦИЯ И ВЛАДА В ЧАСИ УКРАЇНСЬКОЇ РЕВОЛЮЦІЇ 1917–1921 РР.: ІСТОРИОГРАФІЯ ЗА ОКРЕМИМИ СФЕРАМИ КУЛЬТУРИ

Аналізуються джерела та література, у яких, окрім іншого, йдеться і про трансформацію поглядів різних верств старої інтелігенції в процесі її взаємин з різними владами під час Української революції 1917–1921 рр. Водночас основна увага приділяється характеристиці літератури щодо диверсифікації поглядів різних верств старої інтелігенції під час її взаємин з радянським режимом, який остаточно окупував Україну і який потім диктував науковцям свої ідеологію і позицію взаємин зі старою інтелігенцією.

Ключові слова: *українська культура, різні верстви старої інтелігенції, Українська революція 1917–1921 рр., історіографічний аспект, трансформація поглядів різних верств інтелігенції.*

В. Н. Шейко, доктор исторических наук, профессор, ректор, заслуженный деятель искусств Украины, действительный член Национальной академии искусств Украины, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

ИНТЕЛЛИГЕНЦИЯ И ВЛАСТЬ ВО ВРЕМЕНА УКРАИНСКОЙ РЕВОЛЮЦИИ 1917–1921 ГГ.: ИСТОРИОГРАФИЯ ПО ОТДЕЛЬНЫМ СФЕРАМ КУЛЬТУРЫ

Анализируются источники и литература, в которых, кроме остального, идет речь и о трансформации взглядов разных слоев старой интеллигенции в процессе ее отношений с разными властями во время Украинской революции 1917–1921 гг. При этом основное внимание уделяется характеристике литературы относительно диверсификации взглядов старой интеллигенции в процессе ее отношений с советским режимом, который окончательно оккупировал Украину и который потом диктовал ученым свои идеологию и позицию отношений со старой интеллигенцией.

Ключевые слова: *украинская культура, разные слои старой интеллигенции, Украинская революция 1917–1921 гг., историографический аспект, трансформация взглядов разных слоев интеллигенции.*

V. M. Sheyko, Doctor of Historical Sciences, Professor, Academician of the National Academy of Arts of Ukraine, Honored Worker of Arts of Ukraine, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

THE INTELLIGENTSIA AND THE AUTHORITIES DURING THE UKRAINIAN REVOLUTION OF 1917-1921: HISTORIOGRAPHY OF DEFINITE FIELDS OF CULTURE

The aim of this paper is to analyze the publications concerning the issue of transforming the views of various groups of the old intelligentsia during the Ukrainian revolution of 1917–1921. Special attention is paid to information dealing with relations between various groups of the intelligentsia and the Soviet authorities, which had gained the dominant position and finally occupied Ukraine by that time and imposed their ideology on the researchers. The archives predominantly stored the data concerning the interrelations of various groups of the old intelligentsia and the Bolshevik regime.

The research methodology of this study is based on culturological principles and methods. Particular attention is paid to comparative principles and methods which make it possible to analyze in detail the main works concerning the interrelations of the various groups of the old intelligentsia and the Soviet authorities during the Ukrainian revolution of 1917–1921.

Results. The author of this study analyzes in detail the most important available publications regarding the issue of diversifying the views of various groups of the old intelligentsia in relation to different authorities, mainly the Soviet government, during the Ukrainian revolution of 1917–1921. Special attention is paid to the analysis of information concerning the relations of the old intelligentsia and the Soviet regime. This is explained mainly by the fact that it was the Bolshevik regime that had gained the dominant position in Ukraine by that time and imposed their concepts and ideology on the intelligentsia. This regime also ensured that the archives stored data of only the Soviet “origin”.

Novelty. The author has studied a lot of relevant works using culturological methodology to analyze the transformation of the views of the old intelligentsia concerning their attitude to various authorities, in particular the Bolshevik government, during the Ukrainian Revolution of 1917–1921.

The practical significance. The information contained in this paper may be used for further research and developing new educational and methodological material in culturology, in particular history and theory of Ukrainian culture.

Keywords: *Ukrainian culture, various groups of the old intelligentsia, Ukrainian revolution of 1917-1921, historiographical aspect, transformation of views of various groups of the intelligentsia.*

Постановка проблеми. Сьогодні, як ніколи за останні десятиріччя та, мабуть, загалом у ХХ – на поч. ХХІ ст. ми, відзначаючи 100-річчя Української революції, аналізуємо події тієї пори та їхній вплив на еволюцію незалежної України, взаємини влади та різних верств старої інтелігенції під час Української революції 1917–1921 рр. У зверненні Президента до українського народу з нагоди відзначення 100-річчя подій Української революції 1917–1921 рр. в березні 2017 р., аналізуючи помилки в боротьбі за незалежність України, наголошувалось, що «було

б помилкою говорити про поразку української революції. Вона не досягла своєї остаточної мети, але внутрішньо переродила суспільство України... Українська ідея, якою до того протягом десятиліть цікавилася лише вузьке коло національної інтелігенції, масово оволоділа селянами і пустила корені в середовищі робітництва» («Мужність творить перемогу, єдність творить непереможених») (Порошенко, 2017, 18 березня). Президент далі зазначив, що «І Центральна Рада, і Українська Народна республіка, і Гетьманат, і Директорія проторували той шлях, яким Україна нині йде у майбутнє. І за це ми маємо бути вдячні визначним фігурам того часу: Михайлу Грушевському, Володимирі Винниченку, Павлу Скоропадському, Симону Петлюрі, Євгену Коновальцю, Дмитру Донцову, Євгену Петрушевичу та іншим. І вдячні мільйонам українців, які усвідомили свої національні та громадські права» (Порошенко, 2017, 18 березня). «Сьогодні, — зазначив Президент, — як і сто років тому, Україна захищає свою незалежність від російського агресора» (Порошенко, 2017, 18 березня).

Зважаючи на історичну важливість указаних революційних подій, за рішеннями Верховної Ради України у 2017 рр. було відзначено 100-річчя з початку Української революції 1917–1921 рр. та утворення української Центральної Ради, яка, як відомо, розпочала колосальну за обсягом й історичною значимістю роботу щодо організації національно-визвольного руху в Україні («Про відзначення пам'ятних дат і ювілеїв у 2017 році: із постанови Верховної Ради України», 2017, 4 березня, с. 1).

У процесі Української революції 1917–1921 рр. тривала жорстока боротьба за владу в Україні як внутрішніх сил, так й інтервентів від різних країн. За цей час змінилося більше чотирнадцяти різновидних влад як від внутрішніх, так і зовнішніх сил. І всі вони прагнули прихилити різні верстви старої інтелігенції на свою сторону. Адже без старої інтелігенції, яка здобула освіту і вишкіл в умовах царату, жодна соціальна сила не могла ні завоювати владу, ні утримати її і, тим паче, здійснити спробу відновлення соціального життя чи створити принципово нове суспільство. Як відомо, в остаточному варіанті в ході громадянської війни та інтервенції владу вдалося захопити більшовицькому режиму. Радянська влада за будь-яку ціну планувала завоювати симпатії старої інтелігенції. Розуміючи, що стара інтелігенція в основній своїй масі не сприймала нову владу і сподівалася на її тимчасовість, радянське керівництво планувало підготувати свою робочо-селянську інтелігенцію. Але для цього необхідно було багато років і великі кошти, чого на той час вона не мала. Тобто радянський режим був приречений на потребу будь-яким шляхом, будь-якими методами залучити на свою сторону стару інтелігенцію, плануючи нею скористатися, поки відбуватиметься під-

готовка своєї інтелігенції. На практиці це ж обернулося трагедією, адже в кінцевому варіанті стару інтелігенцію «використали», силою примушували служити більшовицькому режиму. А потім, коли сформувалася нова, робочо-селянська, вихована на комуністичній ідеології інтелігенція, стару інтелігенцію майже всю розсіяли, розстріляли, знищили тюрмами, каторгами і репресіями.

Виклад основного матеріалу дослідження. За минулі роки історико-культурологічна наука накопичила багато праць з указанного питання.

Так, наприклад, до 100-річчя Української революції було видано немало статей, присвячених подіям тих часів. Однією із перших стала робота В. Сергійчука, присвячена Центральній Раді, яка характеризувалася як уособлення реалізації вікового прагнення українського народу до незалежності (Сергійчук, 2017, 17 березня, с. 4–6). Існують й інші видання, які висвітлювали події Української революції 1917–1921 рр. Серед виокремлюються енциклопедичні збірки, наприклад, належить Універсальний словник-енциклопедія (УСЕ: Універсальний словник-енциклопедія, 2003). Вони надають матеріал для розуміння політичного і соціального стану тих часів.

Аналізуючи літературу з питань взаємин влади та різних верств старої інтелігенції під час Української революції 1917–1921 рр., звертаємо увагу на розвідки науковців та науки, освітян та освіти в Україні. Серед них слід згадати відому працю В. М. Терлецького, у якій йдеться про історію Академії наук України (Терлецький, 1969). На жаль, фундаментальний матеріал подано крізь призму застарілої комуністичної ідеології. До того ж дослідження відзначається і фактографічними помилками. Так, наприклад, не можна погодитись із датою заснування Академії наук

1919 р. Це було повтором традиційної спроби радянського режиму приписати собі факт заснування Академії наук України (Терлецький, 1969, с. 23), хоча автор і визнав, що це відбулося раніше (Терлецький, 1969, с. 25). На відміну від означеної розвідки, у статті Ю. О. Храмова і С. П. Руда з нових об'єктивних методологічних засад висвітлюють заснування Української академії наук та її розвиток до 1928 р. (Храмов, 1998, с. 17–29).

Під час дослідження обраної тематики слід відзначити статтю Л. Д. Кістерської та О. К. Янковського, у якій йдеться про наукову інтелігенцію в пореволюційну добу (Кістерська, 1991, с. 71–79). Саме в цій розвідці висвітлюються взаємини наукової інтелігенції і влади. «Незважаючи на широкий спектр політичних поглядів, властивих інтелігенції на Україні, стосовно науки і вищої школи, вона практично на всіх етапах одностайно виходила з їх автономії, несумісності з ідеологією, пріоритету загальногуманітарних цінностей над класовими. Що ж

до національного аспекту — тут, навпаки, існували найсуперечливіші, нерідко безкомпромісні позиції» (Кістерська, 1991, с. 71). Під час революції, як відомо, багаторазово мінялись владні режими. Інтелігенція, як це записано було і в статуті Української академії наук, позиціювала себе поза політикою будь-яких режимів. «Академія наук..., — підкреслювалось у її статуті, — повинна вести без перерви свою аполітичну культурно-освітню роботу, необхідну народові» (Кістерська, 1991, с. 72, 73). До того ж там само підкреслювалось, що її члени повинні зрестися своїх політичних амбіцій (Кістерська, 1991, с. 73). Щоправда, практично всі уряди, які з'являлися в Україні в той час, робили все, щоб підкорити собі, своїй політиці і Академію наук, і саму інтелігенцію. Як зазначив у 1919 р. один з лідерів більшовицького перевороту К. Рядек: «Інтелігенція була найозлобленишим ворогом радянської влади після нашої Жовтневої перемоги» (Кістерська, 1991, с. 74). А в Україні подібне вороже ставлення інтелігенції до радянського режиму посилювалося ще й національним питанням.

Важливим для нашого дослідження є цікавий матеріал О. Яся, розміщений у тижневику «Дзеркало тижня» (Ясь, 2018, 10–16 ноября, с. 1, 10). Автор обґрунтовано свідчить, що ідея створення академії наук в Україні турбувала науковців країни всю останню третину XIX ст. І це не випадково. Адже в цей час у багатьох слов'янських країнах цю ідею реалізували. І тільки в Україні під тиском імперського режиму її не вдалося втілити в життя (Ясь, 2018, 10–16 ноября, с. 7). Після Лютневої революції 1917 р. з'явилась можливість реалізації цієї ідеї. За ініціативи М. Грушевського 29 березня при Українському науковому товаристві в Києві створено комісію для розробки статуту і заходів щодо створення академії наук. Однак обставини того бурхливого часу не дозволили реалізувати ідею. Потім, під час гетьманату Павла Скоропадського, проект академії набуває державного значення. Він був палко і результативно підтриманий тодішнім міністром освіти та мистецтв М. Василенком, істориком права і самим П. Скоропадським. Комісію, яка розробляла документацію майбутньої академії наук, очолив академік Російської академії наук, відомий учений В. Вернадський. Однак між В. Вернадським і М. Грушевським, якого запросили до участі в розробці документів, виникли суттєві суперечності, які призвели до відмови М. Грушевського брати участь у роботі комісії, тобто в «гетьманському» проекті академії. До речі, окрім концептуальних протиріч, М. Грушевський категорично виступав проти того, щоб академія наук була державною інституцією, прагнучи створення інституції як незалежної асоціації вчених України (Ясь, 2018, 10–16 ноября, с. 10).

Важливо, як зазначає автор статті, нагадати, що 9 липня 1918 р. в кабінеті міністра М. Василенка розпочалася серія нарад комісії стосовно

створення академії наук. У них брали участь: академік В. Вернадський (голова), професори Д. Багалій, Н. Кашенко, В. Кістяківський, І. Косоногов, А. Кримський, ректор університету Св. Володимира Е. Спекторський, професори Г. Павлуцький, Е. Тимченко, П. Тутковський, завідувач Центральною дослідницькою станцією Всеросійського товариства цукрозаводчиків С. Франфурт. Слід зауважити, що на фінішній стадії роботи М. Грушевському запропонували стати Президентом академії наук, однак він відмовився (Ясь, 2018, 10–16 ноября, с. 1, 10). Гадаємо, що не останню роль в подібних ситуаціях відіграла політична платформа того часу. Адже німецько-австрійська армія та адміністрація, яку запросили лідери Центральної Ради в Україну, вважаючи її неспроможною до реальної співпраці, підтримали обрання гетьманом України П. Скоропадського. А. М. Грушевський був творцем і лідером Центральної Ради.

Як відомо, 14 листопада 1918 р. гетьман П. Скоропадський підписав Закон Української Держави «Про заснування Української академії наук в м. Києві» і призначив 12 академіків. А 27 листопада 1918 р. відбулися загальні збори академії, на яких президентом Української академії наук (УАН) обрано всесвітньовідомого вченого В. І. Вернадського, а вченим секретарем — А. Кримського. 30 листопада П. Скоропадський затвердив В. Вернадського президентом УАН, а Н. Кашенко і М. Туган-Барановського — керівниками відділень — фізико-математичного і соціальних наук. Дещо пізніше Д. Багалія затверджено керівником історико-філологічного відділення (Ясь, 2018, 10–16 ноября, с. 1, 10).

Автор вказаної статті також нагадав, що потім колективу УАН довелося вести гостру політичну боротьбу з представниками Українського наукового товариства, особливо під час існування Директорії УНР, потім після захоплення Києва денікінськими військами УАН чинила супротив спробам реорганізувати її в російський заклад. У подальшому більшовицький режим почав агресивну репресивну політику проти Української академії наук як самостійного закладу, прагнучи перетворити її на «кишеньковий» орган радянського впливу на інтелігенцію (Ясь, 2018, 10–16 ноября, с. 1, 10).

Цікаві факти щодо створення Української академії наук подані і в одній із публікацій Г. Папакіна. Особливо слід наголосити на мотивації М. Грушевського та його прибічників щодо форм, змісту, концепцій та термінів створення академії наук в Україні. Вони не бажали поспішати зі створенням академії, обґрунтовано стверджуючи, що українських учених було на той час обмаль, особливо в соціальній, гуманітарній сфері, у яких переважали російські вчені і яких наприкінці 1917 р. ставало дедалі більше. Адже після Жовтневого перевороту більшовиків значна

їх маса перебралася в Україну. І М. Грушевський та його прибічники побоювалися навали російських учених, що могло призвести до створення не національної академії наук, а філіалу російської академії наук в Україні. По-друге, вони сподівалися на тимчасовість влади гетьмана П. Скоропадського (Папакін, 2018, 16–17 листопада, с. 21). До того ж основна маса українських національних партій не підтримала Гетьманат і не тільки не розпочала співпрацю з ним, але й організувала переворот проти нього, заручившись при цьому підтримкою більшовиків Росії.

Особливо дослідників проблем інтелігенції України зацікавлює освітянський рух і безпосередні його учасники — учителі. І це не дивно, адже саме вчителі завжди були і є найбільшим прошарком інтелігенції. Означену тему почали розглядати ще на початку 20-х рр. ХХ ст. Так, наприклад, відомий політик, державний діяч, освітянин радянської доби Я. Ряппо видав друком свої перші статті, присвячені п'ятирічному підсумку освітянського руху в Україні. У них, до речі, зрозуміло з позицій радянської ідеології, автор порушує і питання взаємин інтелігенції, зокрема і вчительства, з різними, зокрема і радянською, владами (Ряппо, 1922, с. 1–32).

Зважаючи на те, що Я. Ряппо обіймав посаду заступника Наркомосу України, він мав змогу аналізувати значний фактографічний матеріал, який був недоступний для інших. До того ж Я. Ряппо оцінював матеріал стосовно взаємин радянської влади з інтелігенцією з політичних позицій керманічів радянського режиму. «Передусім уся інтелігенція, — свідчив Я. Ряппо, — яка далі Лютневої революції не пішла, стала по ту сторону барикад. З перших же днів Жовтневого перевороту вона дотримувала тактики активних саботажу і спротиву... Частина була розпорошена, частина емігрувала, частина погодилася на капітуляцію, а широкі маси інтелігенції, котрі залишилися на місцях, поступово розпочинали роботу з радянською владою. Вельми уперто трималися професура і учительство, які брали участь в усіх антирадянських рухах і операціях... Чітку лінію поки витримують поряд з російською чорносотенною еміграцією частина української інтелігенції, яка орієнтується і до сьогодні на «Українську Народну Республіку» з Петлюрою, автокефалістами та іншими авантюристами на чолі» (Ряппо, 1922, с. 3–4).

Отже, згідно з цитатою, стара інтелігенція України не сприйняла Жовтневий переворот, не визнала радянський режим і підтримувала будь-які режими, які виступали проти більшовиків. Подібна ситуація спостерігалася і на початку 20-х рр. ХХ ст. Якщо частина інтелігенції і погодилася на професійну співпрацю з радянським режимом, то робила, зазвичай, вимушено, під тиском репресій і необхідності фізичного виживання. До того ж представники інтелігенції, сподіваючись на тим-

часовість різних режимів і влад, яких під час української революції було більше чотирнадцяти, змушені були виконувати професійну роботу при усіх цих владах. Тобто заслуги в цьому радянської влади не було.

«Мало того, — пише Я. Ряппо про інтелігенцію, — вона долучилася до громадянської війни, беручи участь у всіх етапах її, створенні усіх угруповань Української, Центральної Ради, гетьмана, німців, Петлюри, Антанти, Денікіна, Врангеля, поляків, — до бандитів включно. Кваліфікована її частина (професура, адвокати, педагоги та ін.) брала участь у керівництві цією боротьбою, а її низи — пересічне міщанство, офіцери, сільські вчителі і священики — перебували в самій гущі громадянської війни» (Ряппо, 1922, с. 6). Автор, сам, на нашу думку, того не розуміючи, свідчить, що основна маса майже всіх груп і верств старої інтелігенції України виступила рішуче і вороже, часто зі зброєю в руках проти більшовицького режиму, який несла Російська Федерація на своїх багнетах. Зі свого боку радянська влада відповідала жорстокими, кривавими методами щодо інтелігенції за її «бандитські», як вона кваліфікувала, антирадянські виступи.

Цікаво Я. Ряппо охарактеризував ставлення інтелігенції до різних влад: Тимчасового уряду, Центральної Ради, радянської влади (в три етапи), гетьманщини, Директорії, денікінщини та інших влад. Водночас усі влади, зрозуміло, окрім радянської, які виступали проти більшовицького режиму в Україні і які підтримувала стара інтелігенція, характеризуються негативно — як антирадянські. Єдина влада, як стверджує Я. Ряппо, радянська, начебто бажала «ощасливити» український народ і його інтелігенцію (Ряппо, 1922, с. 7-9). Насправді все завершилося трагічно — стара інтелігенція була фактично знищена, а народ радянський режим довів до голодомору і загрози вимирання.

Як відомо, радянська влада, як й інші влади, приділяла велику увагу залученню на свою сторону наймасовішого прошарку інтелігенції — учительства. Але останнє не сприймало різні влади, які не відповідали їхнім національним, соціальним, професійним та іншим вимогам. «Сільське вчителство являло собою окрему групу з шовіністськими петлюрівськими настроями. Учительське середовище міських навчальних закладів було переважно уособлене від села русифікаторськими настроями, а професура не мала нічого спільного у своїх устремліннях ні з першою, ні з другою групами. Уже в 1918 р. розпочалося долучення вчителства до спілок під прапором Української Центральної Ради з відвертими гаслами шовінізму» (Ряппо, 1922, с. 12). Автор свідчить, що Всеукраїнська спілка вчителів, яка виникла в той час, боролася на території України проти Всеросійської вчительської спілки, але вони обидві виступали проти радянської влади. Мабуть, саме тому радянський режим ліквідував їх у 1920 р. (Ряппо, 1922, с. 12).

Антирадянські настрої, неприйняття більшовицького режиму в Україні під час Української революції 1917–1921 рр. демонструвала і мистецька інтелігенція, про що теж свідчить Я. Ряппо. «Незважаючи на зосередження всіх органів мистецтва в руках держави, і на жорсткі рамки і завдання, поставлені перед ними в перші три роки революції, мистецтво за своєю суттю і проявом залишалося глибоко буржуазним» (Ряппо, 1922, с. 28).

Існує немало розвідок, присвячених історії боротьби під час Української революції 1917–1921 рр. за учительські кадри різних влад, зокрема і радянську. Так, наприклад, С. К. Гутянський в одній зі своїх праць порушує вказане питання (Гутянський, 1961, с. 82–87). Про особливість, кредо та зміст подібних праць тих часів яскраво свідчить цитата із виступу в липні 1960 р. М. С. Хрущова на Всеросійському з'їзді вчителів. «Радянські вчителі з перших років радянської влади нерозривно, кровними путами зв'язали себе з комуністичною партією, її цілями та ідеалами, її практичною роботою...» (Гутянський, 1961, с. 42). А це, як вже неодноразово підтверджувалося, було зовсім не так. Однак С. К. Гутянський, як і багато інших дослідників, змушено виправдовував і підтверджував подібні хибні твердження. Щоправда, автори, вивчаючи джерела та літературу з вказаного питання, змушені були іноді відходити від подібних догм. «Якщо в 1918 р. і почасти в 1919 р. значна частина учительства ще залишалася глухою до закликів радянської влади, а деяка частина навіть брала участь в антирадянських виступах, то в кінці 1919 р. і протягом 1920 р. настроїв учительства різко змінився» (Гутянський, 1961, с. 84). Це теж не зовсім правдиво. Настрої основної маси учительства змінювалися постійно під час Української революції 1917–1921 рр., залежно від обставин і політики різних режимів, які утверджувалися в Україні. Водночас вони, зазвичай, не припиняли своєї роботи за будь-яких режимів, умов голоду, епідемії, жорстокої воєнної реальності. Той же С. К. Гутянський свідчить, що, незважаючи на матеріальні нестатки, краща частина вчителів продовжувала виконувати свої обов'язки (Гутянський, 1961, с. 84). Це було пов'язано не тільки з любов'ю до роботи, а і з жорсткою матеріальною потребою фізичного виживання. До того ж усвідомлене вимушене співробітництво вчителів з радянською владою відбувалося в Україні значно пізніше, що різниться з даними С. К. Гутянського.

У деяких розвідках автори висвітлюють бурхливу жертвоносицьку діяльність інтелігенції України після Лютневої революції, яку вона сприйняла з радістю (Балицька, 1995, с. 30–32). Водночас доводиться, що Центральна Рада ефективно підтримувала цю подвижницьку просвітницьку діяльність інтелігенції. Згідно зі статтею, гетьманський уряд

Д. Скоропадського фактично продовжив здійснювати вказану політику державного творіння в галузі культури, освіти і мистецтва в Україні (Балицька, 1995, с. с. 30–32).

Участі інтелігенції в освітньому русі в Україні в добу національно-державного відродження (1917–1921 рр.) присвячено і статтю О. Д. Зубалій та Д. С. Рященко (Зубалій, 1998, с. 12–23). У розвідці, на матеріалах маловідомої книги С. Пастернака «З історії освітнього руху на Україні за часи революції 1917–1919 рр.», яку учасник подій видав друком у 1920 р., аналізується хроніка еволюції освітнього руху в Україні в карколомному вирі зміни владних режимів, починаючи з Лютневої революції і завершуючи 1920 р. (Зубалій, 1998, с. 12–15). Водночас інтелігенції та її ставленню до різних режимів майже не приділяється уваги. Головно акцентується на впливові освітнього руху на перебіг національно-державного відродження. Щоправда, автори стверджують, що на 1920 р. у більшості шкіл припинився навчальний процес, вирували розруха і жахливе матеріальне зубожіння вчителів, котрі не отримували зарплати по декілька місяців (Зубалій, 1998, с. 22). І з цим можна погодитись. «Крім того, — указується в статті, — значна частина національно свідомої української інтелігенції загалом зайняла вичікувальну позицію щодо культурної і освітньої політики радянської влади» (Зубалій, 1998, с. 22). З подібним висновком складно погодитися беззаперечно. Адже саме національно свідомі українська інтелігенція не сприймала культурну та освітню політику радянського режиму. І, передусім, тому, що, як слушно пишуть О. Д. Зубалій та Д. С. Рященко, «радянська» освіти потребувала, щоб її органи основували свою роботу не на національному, а на класовому принципі (Зубалій, 1998, с. 22).

Нині наявні розвідки, у яких розглядаються питання специфіки розвитку загальноосвітньої підготовки вчителя в період національно-визвольних змагань українського народу 1917–1920 рр. (Дем'яненко, 1999, с. 71–73). У статті опосередковано йдеться про участь учительства в реконструкції освітньої системи підготовки кадрів для шкіл в часи Української революції 1917–1921 рр. Цікаво відзначити, що саме тоді за ініціативи та на підставі теорії В. Винниченка та В. Вернадського започатковано «планетарне спрямування» в процесі підготовки вчителя. В основі цієї теорії — «формування особистості вчителя на засадах єдності національного і загальнолюдського, загальнопедагогічного та спеціальної підготовки, зростання духовно-економічного начала в предметах педагогічного циклу» (Дем'яненко, 1999, с. 73).

Існують й інші праці, у яких йдеться про літературно-мистецьке життя часів Української революції 1917–1921 рр. Так, Т. С. Осташко розглядає історію літературно-мистецького життя в Україні часів Центральної

Ради (Осташко, 1998, с. 24–38). Автор свідчить, що після Лютневої революції 1917 р. в Україні митці активізували свою творчість щодо національного відродження. Зробили свій внесок, як вказується в статті, у монументальне мистецтво М. Бойчук і його школа, у графіку — Г. Нарбут, в авангардне мистецтво — О. Екстер, О. Богомолів, В. Пальмов, в поетичну скарбницю — П. Тичина, М. Рильський, В. Сосюра, Г. Чупринка, в театральне мистецтво — Лесь Курбас, музичне — М. Леонтович, Б. Лятошинський, К. Стеценко, О. Кошиць та ін. (Осташко, 1998, с. 24).

Лютнева революція активізувала і суспільно-політичну діяльність літературно-мистецької інтелігенції. Слід нагадати, що до складу Центральної Ради увійшли відомі на той час діячі української культури: письменник і драматург, відомий політичний діяч В. Винниченко, поети Микола Сріблянський (М. Шаповал), М. Вороний, В. Павленко (С. Шелухін), І. Стешенко, знані в Україні літературознавці і мистецтвознавці С. Єфремов, М. Біляшевський, Д. Антонович, П. Зайцев, художники П. Холодний, С. Колос, письменники В. Бойко, В. Леонтович, О. Лотоцький, Г. Михайличенко, А. Заливчий, М. Загірня, В. О'Коннор-Вілінська, Л. Старицька-Черняхівська та багато інших (Осташко, 1998, с. 24).

До того ж часу належить ініціатива інтелігенції щодо створення різноманітних мистецьких товариств і об'єднань. Так, у квітні 1917 р. засновано Комітет українського національного театру. За допомогою діячів Центральної Ради з вересня 1917 р. відкрито Український національний театр, створено Комітет, який мав здійснювати організацію Української академії мистецтв (Осташко, 1998, с. 24, 25).

Слід зазначити, що на той час ще не створено апарату Центральної Ради, і роль організатора літературно-мистецького життя виконували діячі громадської організації «Просвіти». Пізніше до цього долучилися мистецькі відділи, створені при генеральному секретаріаті Центральної Ради (Осташко, 1998, с. 25, 26). Лютнева революція пожвавила і видавничу діяльність інтелігенції. Особливо високим попитом відзначалася політична та публіцистична література. Так, навесні 1917 р. були популярними брошури М. Грушевського «Хто такі українці і чого вони хочуть», С. Єфремова «Як люди прав собі добувають», Б. Гринченка «Де ми і скільки нас». У подальшому читацький інтерес трансформувався з орієнтацією на художню літературу (Осташко, 1998, с. 28). Саме тоді, навесні 1918 р., вийшли друком збірки віршів П. Тичини «Сонячні кларнети» та М. Рильського «Під осінніми зорями».

У галузі музичного мистецтва внесли свій внесок композитори і аранжувальники К. Стеценко, М. Леонтович, О. Кошиць та Я. Степовий. За ініціативи К. Стеценка, О. Кошиця та О. Приходька засновано

Український національний хор. І, як не дивно, після Лютневої революції та подальших подій окремі діячі мистецтва почали повертатися в Україну — художник Г. Нарбут, брати М. Бойчук і Т. Бойчук, мистецтвознавець Ф. Ернст та ін. Той же Г. Нарбут, працюючи в Українській академії мистецтв, сприяв відродженню української книжної графіки. При цьому він, що було надзвичайно важливо, базувався на національній традиції, зокрема українських граверів XVI–XVIII ст. Як справедливо підкреслює Т. С. Осташко, Г. Нарбут застосував і західноєвропейський досвід графіки. У той же час у Києві творили такі митці світового рівня, як В. Кричевський, О. Мурашко, М. Жук, П. Холодний, М. Бурачек, М. Бойчук та історик-мистецтвознавець і художник Г. Павлуцький, котрий, до речі, у той час очолював Комітет щодо створення Української академії мистецтв. Останню врочисто відкрили в листопаді 1917 р. Її першим ректором, як відомо, став відомий художник Ф. Кричевський. У грудні 1917 р. Центральна Рада законодавчо затвердила Українську академію мистецтв, яка стала фактично одним із перших навчальних державних закладів (Осташко, 1998, с. 29–33). Автор указаної статті згадує і про формування відомства охорони пам'яток старовини і мистецтв при Генеральному секретаріаті освіти Центральної Ради. Його очолював відомий етнограф і мистецтвознавець М. Біляшевський (Осташко, 1998, с. 35).

І увесь цей процес активної участі літературно-художньої інтелігенції в національно-культурному відродженні України був призупинений більшовицькою окупацією в січні-лютому 1918 р. Почались арешти української інтелігенції. Особливо жорстоко карали за прихильність представників інтелігенції до української мови, української культури. З кінця лютого з поверненням Центральної Ради до Києва національно-культурне відродження продовжилося. Щоправда, повернулася до Києва Центральна Рада за допомогою німецької військової сили, яка, розчарувавшись у можливостях Центральної Ради, сприяла приходу до влади в Україні гетьмана П. Скоропадського. І з кінця квітня Гетьманат розпочав створення Української держави. Що ж стосується національно-культурного відродження, то воно, як не дивно, тривало (Осташко, 1998, с. 35–36).

Висновки. Таким чином, можна стверджувати, що аналіз джерел та літератури, у яких йшлося про взаємини різних верств старої інтелігенції і різних влад, зокрема і радянської, в часи Української революції 1917–1921 рр. свідчить про актуальність та малодослідженість вказаної проблематики. В існуючих, переважно есе і статтях, документальних джерелах, які збереглися і висвітлюють обрану тематику йдеться головним чином про взаємини інтелігенції з радянською владою в часи

Української революції 1917–1921 рр. Надзвичайно обмаль праць, присвячених взаєминам різних верств старої інтелігенції з іншими режимами і владами, яких на той час в різні роки революції існувало більше чотирнадцяти. Багато в чому це пояснюється тим, що більшовицький режим тричі за вказаний час утверджувався в Україні і, за допомогою російських більшовицьких воєнізованих формувань, остаточно закріпився в Україні. З цим також пов'язано і те, що джерельна база стосовно інших режимів і влад того часу мало збереглася, а радянська влада доклала зусиль, щоб вони взагалі зникли, а існували тільки її джерела. І дослідники радянського періоду, базуючись на марксистсько-ленінській догматичній доктрині, висвітлювали добровільно чи вимушено те, що було вигідно радянському режиму. Зрозуміло: усі влади, режими внутрішніх і зовнішніх сил вороже ставилися до української ідеї, ідеї незалежності України, національного руху та самої української інтелігенції як керманіча і основної сили цього руху. Аналіз джерел і літератури за вказаною тематикою також свідчить, що й до сьогодні існує нагальна актуальність в дослідженні на новій концептуальній методологічній основі проблем взаємин інтелігенції з різними владами і режимами в часи Української революції 1917–1921 рр. Водночас, зважаючи на вказані об'єктивні обставини, автор змушений приділяти основну увагу взаєминам різних верств старої інтелігенції з більшовицьким режимом часів революції. Адже кожне нове слово, кожне нове ім'я, кожен новий документально підтверджений дані щодо представників старої інтелігенції України доповнять трагічну історію її долі. Зрештою, як ми в черговий раз переконалися, різні верстви старої інтелігенції були варварськи використані й знищені більшовицьким режимом України. Та ж її частина, яка встигла емігрувати, змушена була внаслідок жебрацького існування також шезнути з історичної арени.

Як не дивно, соціально-політична, економічна і навіть дещо військова ситуація в Україні під час Української революції 1917–1921 рр. нагадує, певною мірою, сучасну ситуацію в Україні. І боротьба різних політичних угруповань за владу, і вплив на суспільство, і роз'єднання, розшарування і безчинства, які прокотилися по країні, і гібридна війна, розв'язана Російською Федерацією проти України, і втручання іноземних держав у внутрішні справи і зовнішню політику Української держави, і різнобарвна поведінка різних верств українського суспільства, української еліти, української інтелігенції, і боротьба різних сил й угруповань за або проти незалежності України та її культури, і невідомість шляхів подальшого економічного, політичного і духовного розвитку суспільства, і, нарешті, навіть боротьба за Томос, за створення Української православної автокефальної церкви та багато інших екстра-

полюючих положень тих часів і сьогодення... І помилки минулого, на жаль, дедалі більше повторюються в карколомній ситуації сучасності. І це трагічно. Саме тому так необхідно досліджувати і аналізувати події Української революції 1917–1921 рр., її не стільки позитиви, які, безсумнівно, були наявні, скільки ті негативи, які призвели до трагічних наслідків для Української держави, українського народу, української інтелігенції, української незалежності. І для нашого дослідження цікаво і необхідно вивчити ситуацію та історію взаємин різних верств старої інтелігенції, різних влад під час Української революції 1917–1921 рр. Як відомо, Президент України у Зверненні до українського народу з нагоди відзначення 100-річчя подій Української революції 1917–1921 рр. зазначив, що «Сьогодні ми не стільки святкуємо, скільки аналізуємо помилки наших далеких попередників. Аналізуємо для того, щоб зараз уникнути подібного самим» (Порошенко, 2017, 18 березня, с. 2).

Список посилань

- Балицька, О. (1995). Посієш добро — збереш золото : просвітницька діяльність української інтелігенції (березень 1917 — квітень 1918 рр.). *Українська культура*, 2, 30–32.
- Гутянский, С. К. (1961). З історії боротьби за учительські кадри на Україні (1919–1920 рр.). *Український історичний журнал*, 4, 82–87.
- Дем'яненко, Н. (1999). Специфіка розвитку загальнопедагогічної підготовки вчителя у період національно-визвольних змагань українського народу (1917–1920 рр.). *Рідна школа*, 3, 71–73.
- Зубалій, О. Д. (1998). Освітній рух в Україні у добу національно-державного відродження (1917–1920 рр.). *Український історичний журнал*, 3, 12–23.
- Кістерська, Л. Д. (1991). Наукова інтелігенція України в пореволюційну добу (1917–1920 рр.). *Вісник Академії наук України*, 10, 71–79.
- Осташко, Т. С. (1998). З історії літературно-мистецького життя в Україні за часів Центральної Ради. *Український історичний журнал*, 3, 24–38.
- Папакін, Г. (2018, 16–17 листопада). Ідея, час якої назрів: Павло Скоропадський та Українська академія наук. *День*, с. 21.
- Порошенко, П. О. (2017, 18 березня). Мужність творить перемогу, єдність творить непереможених : звернення Президента до Українського народу з нагоди відзначення 100-річчя подій Української революції 1917–1921 років. *Урядовий кур'єр*, с. 2.
- Про відзначення пам'ятних дат і ювілеїв у 2017 році : із постанови Верховної Ради України (2017, 4 березня). *Голос України*, с. 1.
- Ряппо, Я. (1922). Просвещение на Украине за годы революции. *Путь просвещения*, 6, 1–32.
- Сергійчук, В. (2017, 17 березня). Центральна Рада представляла віковічні прагнення нашого народу до суверенності. *Голос України*, с. 1.
- Терлецький, В. М. (1969). *Академія Наук Української РСР, 1919–1969 : короткий історичний нарис*; [Акад. наук УРСР]. Київ : Наукова думка. 295 с.

- УСЕ: Універсальний словник-енциклопедія* (2003). М. Попович (Голова ред. ради). (3-тє вид., перероб. і допов). Київ : Всеуви́то: Новий друк. 1414 с.
- Храмов, Ю. О. (1998). Заснування Української академії наук та її організаційне становлення (1918–1928). *Наука та наукознавство*, 3, с. 17–29.
- Ясь, А. (2018, 10–16 ноября). Украинская академия. Год 1918-й. *Зеркало недели*, с. 1, 10.

References

- Balytska, O. (1995). As you give, you receive: the educational activities of the Ukrainian intelligentsia (March 1917 — April 1918). *Ukrainska kultura*, 2, 30–32.
- Hutianskyi, S. K. (1961). From the history of the struggle for teaching staff in Ukraine (1919-1920). *Ukrainskyi istorychnyi zhurnal*, 4, 82–87.
- Demianenko, N. (1999). The specific character of the development of general pedagogical teacher training during the national liberation struggle of the Ukrainian people (1917-1920). *Ridna shkola*, 3, 71–73.
- Zubalii, O. D. (1998). Educational activities in Ukraine during the period of national-state revival (1917-1920). *Ukrainskyi istorychnyi zhurnal*, 3, 12–23.
- Kisterska, L. D. (1991). The scientific intelligentsia of Ukraine during the revolutionary era (1917-1920). *Visnyk Akademii nauk Ukrainy*, 10, 71–79.
- Ostashko, T. S. (1998). From the history of literary and artistic life in Ukraine at the time of the Central Rada. *Ukrainskyi istorychnyi zhurnal*, 3, 24–38.
- Papakin, H. (2018, 16–17 November). The idea, the time of which has come: Pavlo Skoropadskyi and the Ukrainian Academy of Sciences. *Den*, p. 21.
- Poroshenko, P. O. (2017, 18 March). Courage creates victory, unity creates the undefeated people: the President's appeal to the Ukrainian people on the occasion of the 100th anniversary of the events of the Ukrainian Revolution of 1917-1921. *Uriadovyi kurier*, p. 2.
- On the commemoration of memorable dates and anniversaries in 2017: from the decree of the Verkhovna Rada of Ukraine (2017, March 4). *Holos Ukrainy*, p. 1.
- Riappo, Ya. (1922). Enlightenment in Ukraine during the years of the revolution. *Put prosveshcheniia*, 6, 1–32.
- Serhiichuk, V. (2017, 17 March). The Central Rada represented the eternal aspirations of our people for sovereignty. *Holos Ukrainy*, p. 1.
- Terletskyi, V. M. (1969). *Academy of Sciences of the Ukrainian SSR, 1919-1969: short historical essay*; [Acad. of Sciences of USSR]. Kyiv : Naukova dumka. 295 p.
- USE: Universalnyi slovnyk-entsyklopediia* (2003). М. Popovych (Chairman of the Edit. Board). (the 3rd revised edition). Kyiv : Vseuvyto: Novyi druk. 1414 p.
- Khramov, Yu. O. (1998). Foundation of the Ukrainian Academy of Sciences and its organizational development (1918-1928). *Nauka ta naukoznavstvo*, 3, pp. 17–29.
- Yas, A. (2018, 10–16 November). The Ukrainian Academy. 1918. *Zerkalo nedely*, pp. 1, 10.

https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.15

УДК 378.093.5:338.48]:[378.6:008](477.54-25)ХДАК“2013/2018”(045)

С. І. Лиман, доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри туристичного бізнесу, Харківська державна академія культури, м. Харків

<https://orcid.org/0000-0002-4965-0288>

limans@ukr.net

М. В. Фомін, кандидат історичних наук, доцент кафедри туристичного бізнесу, Харківська державна академія культури, м. Харків

fomin_mv@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0003-4092-2950>

КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ХАРКІВСЬКОЇ ДЕРЖАВНОЇ АКАДЕМІЇ КУЛЬТУРИ ЗА ПЕРШІ П'ЯТЬ РОКІВ ІСНУВАННЯ (2013–2018)

Стисло проаналізовано основні напрями науково-педагогічної діяльності колективу кафедри туристичного бізнесу ХДАК. Показано, що протягом 2013–2018 рр. викладачі кафедри видали 188 наукових праць та навчально-методичних посібників, здійснили перші випуски бакалаврів (2016 р.) і магістрів (2018 р.). Наголошено, що високий науковий рівень професорсько-викладацького складу кафедри дозволяє готувати конкурентоспроможних фахівців для туристичної сфери.

Ключові слова: туризм, кафедра туристичного бізнесу, Харківська державна академія культури, бакалаврат, магістратура, навчально-методична робота, міжнародний проект.

С. И. Лиман, доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой туристического бизнеса, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

М. В. Фомин, кандидат исторических наук, доцент кафедры туристического бизнеса, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

КАФЕДРА ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА ХАРЬКОВСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АКАДЕМИИ КУЛЬТУРЫ ЗА ПЕРВЫЕ ПЯТЬ ЛЕТ СУЩЕСТВОВАНИЯ (2013–2018)

Кратко проанализированы основные направления научно-педагогической деятельности коллектива кафедры туристического бизнеса ХГАК. Показано, что в течение 2013–2018 гг. преподаватели кафедры издали 188 научных работ и учебно-методических пособий, осуществили первые выпуски бакалавров (2016 г.) и магистров (2018 г.). Подчеркивается, что высокий научный уровень профессорско-преподавательского состава кафедры позволяет готовить конкурентоспособных специалистов для туристической сферы.

Ключевые слова: туризм, кафедра туристического бизнеса, Харьковская государственная академия культуры, бакалаврат, магистратура, учебно-методическая работа, международный проект.

S. I. Lyman, Doctor of Historical Sciences, Professor, Head of the Department of Travel Business, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

M. V. Fomin, Candidate of Historical Sciences, Senior Lecturer of the Department of Travel Business, Kharkov State Academy of Culture, Kharkov

THE DEPARTMENT OF TRAVEL BUSINESS OF THE KHARKIV STATE ACADEMY OF CULTURE IN THE FIRST FIVE YEARS OF EXISTENCE (2013–2018)

The aim of the article is to analyze all aspects of scientific and teaching work of the department of travel business of the Kharkiv State Academy of Culture in the first five years of existence.

Research Methodology. The article has analyzed the statistical information on the scientific, pedagogical, methodological work of the department for over five years of existence.

Results. The department of travel business was created on May 28, 2013, and carries out the training of specialists in major 242 “Tourism” for the educational qualification level of the Bachelor and Master. During 5 years 188 scientific works and methodological materials have been published. The teachers of the department constantly participate in international conferences, which are conducted in Ukraine and abroad. The teachers and students of the department constantly take part in international projects. Since 2014, the department conducts scientific and practical annual symposium “Tourism and global problems of our time”. In 2016 the first graduation of the Bachelor’s degree students was held, in 2018 the first graduation of the Master’s degree students was held. In October 2017, the department of travel business of KhSAC and Kharkiv Organizational and Methodological Tourism Center of the Kharkiv Regional State Administration created the first Tourist Information Centre based on the higher educational establishment in Kharkiv. The department cooperates with teachers of educational institutions of Ukraine. For the first 5 years of its existence the department of travel business has become a powerful center for training specialists for the tourism industry in the cities of Kharkiv and Ukraine.

Novelty. The work of the department over five years of existence is systematized and summarized; the results of scientific, educational, methodological work are analyzed.

The practical significance. The materials of the article enable to evaluate the results of the work of the department over the 5 years of its existence.

Key words: *Tourism, Department of Travel Business, Kharkiv State Academy of Culture, Bachelor’s degree, Master’s degree, educational and methodological work, international project.*

Актуальність теми дослідження. Нині туризм – один із провідних напрямів соціально-економічного розвитку багатьох країн, одна з галузей світового господарства, яка розвивається найдинамічніше. З іншого боку, туризм – це глобальне соціокультурне явище сучасного суспільства, стиль життя, постійна взаємодія людини з об’єктами культурної спадщини. Саме культурно-пізнавальний туризм є найпопулярнішим та наймасовішим видом туризму. Його розвитку в Україні традиційно

сприяє діяльність різних відповідних установ, зокрема закладів вищої освіти.

Постановка проблеми. Однією з головних умов функціонування туристичної галузі є підготовка кадрів фахівців, здатних професійно й ефективно сприяти її розвитку. У розробленій 2013 р. Департаментом культури і туризму Харківської облдержадміністрації та обласним комунальним закладом «Харківський організаційно-методичний центр туризму» нової «Концепції розвитку туризму в Харківській області до 2020 року» визначено кілька першочергових завдань, серед них — забезпечення туристичної індустрії в Харківській області новими професійними кадрами. Оскільки «в туристичній індустрії регіону відчувається дефіцит висококваліфікованих кадрів», у «Концепції» одним із завдань визначено «розширення і покращення підготовки у ВНЗ фахівців у сфері туристичної діяльності, у тому числі кадрів вищої кваліфікації» (*Концепція розвитку туризму в Харківській області до 2020 року*). Одним із таких закладів вищої освіти м. Харків є Харківська державна академія культури, у якій у 2013 р. відкрито кафедру туристичного бізнесу. У 2018 р. кафедра відзначила перше п'ятиріччя свого існування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науково-педагогічна діяльність кафедри туристичного бізнесу ХДАК у 2013–2018 рр. ще не була предметом комплексного наукового аналізу. Початковий етап цієї діяльності (2013–2014 рр.), зокрема формування кадрового складу, наукові інтереси викладачів, найближчі завдання кафедри відображено в розділі «Кафедра туристичного бізнесу» колективної монографії «Харківська державна академія культури: до 85-річчя з дня заснування» (*Кафедра туристичного бізнесу, 2015*). Інша публікація з теми — наукова доповідь С. І. Лимана та В. Д. Холодок «Туристсько-інформаційний пункт на базі Харківської державної академії культури: відкриття та початок діяльності» (*Лиман і Холодок, 2017*).

Мета статті — проаналізувати всі аспекти науково-педагогічної діяльності кафедри туристичного бізнесу ХДАК за перші п'ять років її існування (2013–2018 рр.).

Виклад основного матеріалу дослідження. Кафедра туристичного бізнесу функціонує у складі факультету управління та бізнесу Харківської державної академії культури. Її створили 28 травня 2013 р. у зв'язку з необхідністю підготовки висококваліфікованих кадрів у галузі туризму. Кафедра є випусковою та здійснює підготовку фахівців спеціальності 242 «Туризм» за освітньо-кваліфікаційними рівнями бакалавр і магістр.

Оскільки туризм є глобальним соціально-економічним та політичним явищем сучасного світу, у ХДАК ще з 2012 р. розпочато підготов-

ку фахівців із напрямку 6.140103 «Туризм» освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр. У 2012–2013 навчальному році це завдання виконувала об'єднана кафедра менеджменту й адміністрування та туризму на чолі з проф. А. О. Дегтярем. Зважаючи на перспективність і важливість розвитку туризму в Україні, наявність у ХДАК кваліфікованих професорсько-викладацьких кадрів, відповідної матеріально-технічної бази згідно із сучасними вимогами, відбувся розподіл кафедри й створення окремої кафедри туристичного бізнесу. Після цього підготовку студентів-туристів з 2013–2014 навчального року здійснює кафедра туристичного бізнесу.

На початковому етапі функціонування кафедри до її складу належали: завідувач кафедри, доктор історичних наук, професор С. І. Лиман; кандидат педагогічних наук, доцент А. П. Аніщенко; кандидат економічних наук, старший викладач М. М. Зайцева; кандидат з культурології, викладач М. О. Яріко; старший викладач Н. В. Шумлянська; завідувач лабораторії інноваційних досліджень у туризмі В. В. Шкода.

З початку свого існування кафедра залучила до співробітництва керівників туристичних установ м. Харків, зокрема директора КЗ «Харківська обласна станція юних туристів», кандидата педагогічних наук, доцента В. А. Редіну; генерального директора АТ «Інтурист-Харків» О. М. Пархоменко (2013–2016 навчальний рік) (*Кафедра туристичного бізнесу*, 2015). Використання практичного досвіду фахівців подібного рівня відповідає специфіці підготовки студентів на факультеті управління та бізнесу. У різні роки на кафедрі працювали за сумісництвом фахівці в галузі туризму та краєзнавства: кандидат історичних наук, доцент, докторант кафедри менеджменту СКД Л. Д. Божко; кандидат філософських наук, доцент Харківського національного аерокосмічного університету В. Б. Селевко; кандидат географічних наук, завідувач відділу краєзнавства КЗ «Харківська обласна станція юних туристів» І. А. Скриль; кандидат культурології, викладач Університету сільського господарства імені П. Василенка Н. С. Прилипченко.

За перші 5 років існування кафедри туристичного бізнесу в її кадровому складі відбулися деякі зміни. У 2018 р. підготовку фахівців здійснювали 8 штатних викладачів, з яких 1 — доктор наук, професор (С. І. Лиман), 6 — кандидати наук (А. П. Аніщенко, М. Н. Зайцева, І. М. Зінченко, С. С. Ростовцев, М. В. Фомін, М. О. Яріко), 1 — старший викладач (Н. В. Шумлянська). На кафедрі працюють 2 сумісники — кандидати наук (В. А. Редіна, В. Д. Холодок), 1 завідувач лабораторії інноваційних досліджень у туризмі (В. В. Шкода).

Завідувач кафедри, доктор історичних наук, професор С. І. Лиман викладає такі курси: «Історія туризму», «Міжнародний туризм»,

«Символіка народів світу», «Сучасна історія зарубіжних країн», керує виробничою практикою бакалаврів.

Кандидат педагогічних наук, доцент А. П. Аніщенко викладає такі курси: «Основи проектної діяльності в туризмі», «Анімаційні технології в туристичній діяльності», «Методика викладання у вищій школі», «Тренінг соціальної взаємодії», «Туризмологія», керує педагогічною практикою магістрів.

Кандидат економічних наук, доцент М. М. Зайцева викладає такі курси: «Організація підприємницької діяльності в туризмі», «Стратегічний менеджмент у туризмі», «Економічна теорія», «Економіка підприємства», «Статистика у туризмі», здійснює керівництво організаційно-методичною практикою бакалаврів.

Кандидат географічних наук, старший викладач І. М. Зінченко викладає курси: «Туристична урбаністика», «Туристські ресурси України», «Рекреаційні комплекси», «Населення та демографія країн світу», «Статистика в туризмі», «Туристичне країнознавство».

Кандидат наук із соціальних комунікацій, старший викладач С. С. Ростовцев викладає курси: «Інфраструктура туризму», «Інтернет-маркетинг у туризмі» (англійською мовою), «Соціокультурні аспекти бізнес-комунікацій», «Організація ресторанного господарства», «Організація соціальних комунікацій в туризмі», «Стратегічний маркетинг», керує переддипломною практикою.

Кандидат історичних наук, доцент М. В. Фомін викладає курси: «Історико-археологічний туризм», «Організація туристичних подорожей», «Екологічний туризм», «Реклама в туристичній індустрії», «Управління якістю турпослуг», керує технологічною практикою бакалаврів.

Кандидат із культурології, старший викладач М. О. Яріко викладає курси: «Культурний туризм», «Історико-культурні ресурси України», «Міжкультурні комунікації в туризмі», «Менеджмент у туризмі», «Спеціалізований туризм», керує виробничою практикою магістрів.

Старший викладач Н. В. Шумлянська викладає курси: «Географія туризму», «Організація готельного господарства», «Маркетинг», «Туроперейтинг», керує ознайомчою практикою бакалаврів.

Кандидат педагогічних наук, доцент, директор КЗ «Харківська обласна станція юних туристів» В. А. Редіна викладає курси: «Основи туризмознавства», «Організація екскурсійної діяльності».

Кандидат наук з державного управління, старший викладач, директор ОКЗ «Харківський обласний методичний центр туризму» В. Д. Холодок викладає курси: «Управління розвитком туризму», «Управління персоналом».

Педагогічний колектив кафедри здійснює науково-дослідну роботу, розробляє актуальні напрями розвитку туристичної сфери. Основний напрям науково-дослідної роботи кафедри — «Історико-культурні та соціально-економічні аспекти туристичного бізнесу».

Протягом 2013–2018 рр. викладачі кафедри видали 188 наукових праць і навчально-методичних посібників, з них монографій — 2, наукових публікацій (статті та тези доповідей) — 151, курсів лекцій — 2, програм та навчально-методичних рекомендацій — 33. Наприклад, завідувач кафедри С. І. Лиман є одним зі співавторів спільного проекту підготовки та видання кафедрою туристичного бізнесу ХДАК і кафедрою туристичного бізнесу та країнознавства Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна нового навчального посібника «Історія туризму» (2018), рекомендованого до друку Навчально-методичною підкомісією з туризму Міністерства освіти України (*Лиман, Парфіненко й Посохов*, 2018).

Викладачі кафедри постійно беруть участь у міжнародних конференціях, що проводяться як в Україні, так і за її межами: «23rd International Congress of Byzantine Studies», (Belgrad, 22–27 August 2016); Міжнародній науково-практичній конференції «Туристичні тренди — 2017: інновації, бренди, дестинації» (Харківський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, 2017), Міжнародній науково-практичній конференції «Туристичний бізнес: Світові тенденції та національні пріоритети» (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2017) та ін.

З 2014 р. кафедра туристичного бізнесу ХДАК щорічно проводить науково-практичний круглий стіл «Туризм і глобальні проблеми сучасності» (2014, 2015, 2016, 2017, 2018 рр.). У його роботі, крім викладачів та студентів цієї кафедри, традиційно беруть участь викладачі й аспіранти інших закладів вищої освіти м. Харків та України. Щороку збільшується кількість і розширюється географія його учасників (*Туризм і глобальні проблеми сучасності*, 2016; *Туризм і глобальні проблеми сучасності*, 2017; *Туризм і глобальні проблеми сучасності*, 2018).

Згідно з Концепцією розвитку кафедри, головний напрям розвитку кафедри — це акредитація спеціальності «Бакалавр з туризму» (здійснена у 2016 р.), ліцензування спеціальності «Магістр з туризму» (здійснена у 2016 р.), створення пакету науково-методичної документації та проходження акредитації з освітньо-професійної програми «Магістр» (здійснено у 2018 р.) Результат наполегливої роботи колективу кафедри — відбувся перший випуск у 2016 р. студентів бакалаврського рівня, у 2018 р. — магістерського рівня.

Кафедрою туристичного бізнесу ХДАК і Харківським організаційно-методичним центром туризму Харківської обласної державної адміністрації в жовтні 2017 р. створено перший у Харкові Туристсько-інформаційний пункт на базі закладу вищої освіти (*Лиман і Холодок, 2017*). Цей досвід кафедри туристичного бізнесу ХДАК використовують нині інші заклади вищої освіти м. Харків.

Про високий рівень фахівців кафедри туристичного бізнесу ХДАК свідчить залучення її викладачів до складу комісій та рад туристичної спрямованості. Так, завідувач кафедри проф. С. І. Лиман очолював 29.01.2018 р. експертну комісію під час проведення акредитаційної експертизи освітньо-професійної програми «Туризм» зі спеціальності 242 «Туризм» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти у ЗВО Укооспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі». Проф. С. І. Лиман є членом Координаційної ради з питань туризму при Харківській обласній державній Облдержадміністрації, а доц. А. П. Аніщенко — членом Туристичної ради при Харківському міському голові.

Викладачів кафедри запрошують для професійного обговорення різних проблем туристичної галузі в засобах масової інформації. Наприклад, проф. С. І. Лиман брав участь в обговоренні проблем розвитку туризму в Україні в прямому ефірі програми Першого національного каналу Українського радіо (3.01. 2017 р.).

Викладачі та студенти кафедри постійно беруть участь у міжнародних проектах, зокрема доц. М. М. Зайцева — у Міжнародному проєкті «Креативний Харків 2:0. Молодіжні ідеї для зростання в межах «Тижнів Німеччини 2017». Доц. М. В. Фомін у форматі Міжнародного проєкту розвитку Національного археологічного заповідника «Ольвія» як туристичної дестинації активно співпрацює з Варшавським національним музеєм.

Оголошено подяку доц. А. П. Аніщенко на ім'я ректора ХДАК від Міністерства культури України за проявлений високий професіоналізм під час проведення Всеукраїнських курсів підвищення кваліфікації фахівців музичної освіти (2017). За сумлінну працю та популяризацію туристичного потенціалу Харківщини завідувача кафедри проф. С. І. Лимана відзначено Почесною грамотою Управління культури і туризму Харківської обласної державної адміністрації (2016). Почесною грамотою Управління культури і туризму ХОДА відзначено й доц. М. В. Фоміна (2018).

Кафедра активно співпрацює із закладами вищої освіти України, є базою для стажування їх викладачів (наприклад, Харківського національного аграрного університету імені В. В. Докучаєва, Запорізького

національного університету, Харківського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету).

Основою освітньо-професійної програми підготовки майбутніх фахівців з туристичного бізнесу є фундаментальні, гуманітарні, загальноекономічні дисципліни. Особливістю навчального плану фахового спрямування кафедри є те, що в ньому передбачено поглиблене вивчення іноземних мов (дві мови, одна — на рівні професійного спілкування). Для майбутніх фахівців із туризму це не тільки засіб комунікації, але й важливий професійний інструмент: випускники повинні добре володіти принаймні двома іноземними мовами.

За перші 5 років існування кафедра туристичного бізнесу стала потужним центром підготовки фахівців для туристичної галузі м. Харків та України. Про високий імідж кафедри туристичного бізнесу ХДАК, рівень викладання її співробітників та привабливість майбутньої праці в галузі туристичного бізнесу свідчать досить високі показники контингенту студентів. Лише за перші 5 років існування у ХДАК спеціальності «Туризм» її обрав для свого навчання 321 студент:

**Контингент студентів
кафедри туристичного бізнесу (2013–2018 рр.)**

| Напрямок підготовки (шифр і назва) | Освітньо-кваліфікаційний рівень | Форма навчання | Кількість студентів станом на 1. 09. | | | | | | |
|------------------------------------|---------------------------------|----------------|--------------------------------------|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | | | Разом | зокрема на курсах | | | | | |
| | | | | 2012 – 2013 | 2013 – 2014 | 2014 – 2015 | 2015 – 2016 | 2016 – 2017 | 2017 – 2018 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | | |
| 6.140103 «Туризм» | бакалавр | денна | 193 | 43 | 50 | 50 | 50 | | |
| 242 | бакалавр | денна | 90 | | | | | 45 | 45 |
| 242 | магістр | денна | 38 | | | | | 20 | 18 |
| | | Разом | 321 | 43 | 50 | 50 | 50 | 65 | 63 |

Студенти кафедри туристичного бізнесу мають можливість постійно підвищувати рівень своєї підготовки за кордоном (у Туреччині, Єгипті, Німеччині, США тощо), набути навичок роботи з технології та організації обслуговування в готелях і туристичних комплексах, організації екскурсійної діяльності, анімаційних послуг згідно з вимогами наскрізної програми під час практик (навчальної, технологічної, виробничої). Так, доц. А. П. Аніщенко, доц. М. В. Фомін та група студентів

кафедри влітку 2017 р. пройшли стажування в м. Балчик (Болгарія) з Міжнародної програми розвитку туристичних дестинацій. Студентка 4 курсу О. Голян посіла III місце за інноваційний проект «Забуті намистини Волинської землі» на Всеукраїнському конкурсі студентських робіт «Мальовнича Україна – туристичний край» на 2015–2016 рр. інституту історії українського суспільства Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». Студентка 3 курсу Г. Бреславець стала призером у студентському конкурсі «Креативний Харків 2.0: молодіжні ідеї для зростання», який відбувся в межах «Тижнів Німеччини в Україні 2017». Студенти кафедри беруть участь у культурно-масовій роботі, зокрема в організації щорічних концертів, присвячених Міжнародному дню туризму (27 вересня).

Висновок. Підготовка фахівців для туристичної сфери Харківської області та України загалом є одним із ключових умов її успішного функціонування. Створення 28 травня 2013 р. кафедри туристичного бізнесу в Харківській державній академії культури було зумовлено необхідністю підготовки висококваліфікованих кадрів у галузі туризму. За перші п'ять років існування у ХДАК спеціальності «Туризм» її обрали для свого навчання 321 студент. За цей період кафедра здійснила перший випуск бакалаврів (2016) та магістрів (2018). Педагогічний колектив кафедри проводить науково-дослідну роботу за кафедральною темою «Історико-культурні та соціально-економічні аспекти туристичного бізнесу». Протягом 2013–2018 рр. викладачі кафедри видали 188 наукових праць та навчально-методичних посібників. Високий науковий рівень професорсько-викладацького складу дозволяє готувати конкурентоспроможних фахівців для туристичної сфери.

Перспективи подальших досліджень. У наступних публікаціях розглянемо науково-педагогічну діяльність кафедри туристичного бізнесу ХДАК у період після 2018 р.

Список посилань

- Кафедра туристичного бізнесу. (2015). В. М. Шейко, М. М. Каністратенко, Н. М. Кушнарєнко та ін. *Харківська державна академія культури: до 85-річчя з дня заснування: [1929–2014]: монографія* (с. 113–114). Харківська державна академія культури. Харків.
- Кафедра туристичного бізнесу.* Харківська державна академія культури. Узято з <http://www.ic.ac.kharkov.ua/navchannya/fub/tb/tb.html>.
- Концепція розвитку туризму в Харківській області до 2020 року.* Узято з http://www.ts.lica.com.ua/b_text.php?type=3&id=8096&base=77.
- Лиман, С. І. та Холодок, В. Д. (2017). Туристсько-інформаційний пункт на базі Харківської державної академії культури: відкриття та початок діяльності. *Модернізація економіки в умовах зростання суспільної*

свідомості: туризм, людиномірність, партнерство, кооперація: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 14 грудня 2017 р.) (с. 401–404). Полтавський університет економіки і торгівлі. Полтава.

Лиман, С. І., Парфінченко, А. Ю. і Посохов, І. С. (2018). *Історія туризму: навчальний посібник (для студентів спеціальності «Туризм») (с. 372). Суми: ПФ «Видавництво “Університетська книга”».*

Туризм і глобальні проблеми сучасності: програма науково-практичного круглого столу (м. Харків, 18 травня 2016 р.). (2016). Кафедра туристичного бізнесу Харківської державної академії культури (модератори: С. І. Лиман, М. М. Зайцева). Харків.

Туризм і глобальні проблеми сучасності: програма науково-практичного круглого столу (м. Харків, 17 травня 2017 р.). (2017). Кафедра туристичного бізнесу Харківської державної академії культури (модератори: С. І. Лиман, М. М. Зайцева). Харків.

Туризм і глобальні проблеми сучасності: програма науково-практичного круглого столу (м. Харків, 18 травня 2018 р.). (2018). Кафедра туристичного бізнесу Харківської державної академії культури (модератори: С. І. Лиман, М. М. Зайцева). Харків.

References

Department of travel business. (2015). V. M. Sheyko, M. Kanistratenko, N. M. Kushnarenko and others. *Kharkiv State Academy of Culture: to the 85th anniversary of its foundation: [1929-2014]: monograph* (pp. 113-114). Kharkiv State Academy of Culture. Kharkiv. [In Ukrainian].

Department of travel business. Kharkiv State Academy of Culture. Retrieved from <http://www.ic.ac.kharkov.ua/navchannya/fub/tb/tb.html>. [In Ukrainian].

The concept of tourism development in the Kharkiv region until 2020. Retrieved from http://www.ts.lica.com.ua/b_text.php?type=3&id=8096&base=77. [In Ukrainian].

Lyman, S. I. and Cholodok, V. D. (2017). Tourist and information centre on the basis of the Kharkiv State Academy of Culture: the opening and the beginning of activity. *Modernization of the economy in the conditions of social consciousness growth: tourism, humanity, partnership, cooperation: materials of the 2nd All-Ukrainian scientific and practical Internet conference* (Poltava, December 14, 2017) (pp. 401-404). Poltava University of Economics and Trade. Poltava. [In Ukrainian].

Lyman, S. I., Parfenenko, A. Yu. and Posokhov, I. S. (2018). *History of tourism: a textbook (for students of the speciality “Tourism”) (p. 372). Sumy: PF “Publishing House” University Book “.* [In Ukrainian].

Tourism and global problems of the present: a program of scientific and practical round table (Kharkiv, May 18, 2016). (2016). Department of travel business of Kharkiv State Academy of Culture (moderators: S.I. Lyman, M. Zaitseva). Kharkiv. [In Ukrainian].

Tourism and global problems of the present: a program of scientific and practical round table (Kharkiv, May 17, 2017). (2017). Department of travel business of Kharkiv State Academy of Culture (moderators: S.I. Lyman, M. Zaitseva). Kharkiv. [In Ukrainian].

Tourism and global problems of the present: a program of scientific and practical round table (Kharkiv, May 18, 2018). (2018). Department of travel business of Kharkiv State Academy of Culture (moderators: S.I. Lyman, M. Zaitseva). Kharkiv. [In Ukrainian].

Надійшла до редколегії 04.03.2019 р.

https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.16

УДК 069.01

А. О. Сошніков, доктор філософських наук, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

<http://orcid.org/0000-0002-3019-5131>

soshnikov7272@mail.ru

МУЗЕАЛІЗАЦІЯ ЯК ПРОЦЕС ПЕРЕТВОРЕННЯ РЕЧІ НА МУЗЕЙНИЙ ПРЕДМЕТ

Визначено поняття музейний предмет і класифіковано його види. Виокремлено основні критерії, завдяки яким річ набуває статусу предмета музейного значення: часовий фактор, зміна контексту початкових значень, девальвація утилітарної або естетичної значущості речі, нова цінність старих речей, надання їм нових смислів. Розглянуто основні етапи наукової атрибуції музейного предмета (визначення назви, місця створення, інвентарного номера, джерела надходження тощо). Означено основні властивості музейного предмета: інформативність, атрактивність, експресивність, репрезентативність.

Ключові слова: музеалізація, музей, музейний предмет, предмет музейного значення.

А. А. Сошников, доктор философских наук, доцент, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

МУЗЕАЛИЗАЦИЯ КАК ПРОЦЕСС ПРЕВРАЩЕНИЯ ВЕЩИ В МУЗЕЙНЫЙ ПРЕДМЕТ

Определено понятие музейный предмет и классифицировано его виды. Выделены основные критерии, благодаря которым вещь приобретает статус предмета музейного значения: временной фактор, изменение контекста первоначальных значений, девальвация утилитарной или эстетической значимости вещи, новая ценность старых вещей, приписывание им новых смыслов. Рассмотрены основные этапы научной атрибуции музейного предмета (определение названия, места создания, инвентарного номера, источника поступления и т. д.). Поданы основные свойства музейного предмета: информативность, атрактивность, экспрессивность, репрезентативность.

Ключевые слова: музеализация, музей, музейный предмет, предмет музейного значения.

A. O. Soshnikov, Doctor of Philosophical Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

MUSEULIZATION AS A PROCESS OF TRANSFORMING A THING INTO A MUSEUM SUBJECT

The aim of this paper is to reveal the mechanisms of musealisation as a process of turning things into a museum subject.

Research methodology. Four major publications on this issue were considered. The theoretical basis for the research generalizations of this article

was the concept of the musealisation of the artifacts by P. van Mensch, the linguosemiotic theory of F. de Saussure, the classification of "heterotopy" by M. Foucault.

Results. The definition of a museum object is given and the classifications of its species are carried out. The main criteria by which a thing acquires the status of an object of museum value are highlighted: the time factor, the destruction of the context of the original values, the devaluation of a utilitarian or an esthetic significance of the thing, the new value of old things, the attribution of new meanings to them. The main stages of the scientific attribution of a museum object (the definition of the name, the place of creation, inventory number, source of income, etc.) are considered. The basic properties of the museum object are determined: informative, attractive, expressive, and representative.

Novelty. The author suggests a new approach to the simulation of an approximate scheme of the scientific attribution of a museum subject, the logic of its scientific description and the introduction into the museum space.

The practical significance. The established scheme of the scientific attribution has enabled to describe the museum subject, preparing it for the introduction into the museum space.

Keywords: *museulization, museum, museum object, object of museum value.*

Постановка проблеми. Музей – це особлива сфера культури, у якій основою формування духовних цінностей слугують предметні результати людської діяльності. Загальні контури культури й актуальність людського існування у своїх визначеності та конкретності зумовлюються речовим світом. Простір і час як окремої людини, так і цілих цивілізацій набувають свого втілення в речах.

Музей – особливий простір, що виокремлюється зі світу повсякденності. Похід до музею – це зустріч з позачасовими смислами. Невипадково М. Фуко долучає музей до переліку «гетеротопій» – особливих просторів, що існують за власними законами, протиставлені звичному порядку речей і перебувають в особливих взаємовідносинах із часом (Фуко, 2006, с. 191–204).

Музей як соціокультурний інститут інтегрує різні види діяльності людини, візуалізуючи сприйняття, долучаючи людину до «спілкування» з експонатом, річчю – представником іншої культури, оригіналом минулої епохи. Об'єкти природи, письмові, образотворчі або речові матеріали, кінофільми, фотографії та ін., що зберігаються в музеї, визначаються терміном «музейні предмети».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною основою для дослідницьких узагальнень статті стали концепції музеалізації артефактів П. ван Менша (2014), лінгвосеміотична теорія Ф. де Сосюра (2004), класифікація М. Фуко (2006).

Мета статті – виявити способи музеалізації, завдяки яким відбувається перетворення речі на музейний предмет.

Виклад основного матеріалу дослідження. Музейні предмети — предмети, вилучені з оригінального (первинного) контексту й долучені до музейного простору для того, щоб документувати там ту реальність, з якої їх вилучено. Види музейних предметів надзвичайно різноманітні, кількість їх немала, зокрема:

- речові — знаряддя праці, інструменти, зброя, одяг, прикраси, предмети побуту;
- письмові — рукописи, документи, перші видання книг, журналів, газет, листівок, прокламацій, афіш тощо;
- нумізматичні — зібрання монет, медалей, жетонів, значків;
- художні — оригінальні твори живопису, графіки, скульптури, прикладного мистецтва, різні види народної творчості — різьблення по дереву, кістці, каменю, художні вишивки;
- природно-історичні — зразки матеріалів, ґрунтів, колекції рослин, опудала звірів, мокрі й сухі зоологічні препарати;
- науково-технічні — зразки технічних об'єктів (інструментів, машин, деталей обладнання тощо), а також документація про винаходи;
- меморіальні — найрізноманітніші предмети, пов'язані з тією чи іншою видатною особистістю.

Для того, щоб набути статусу музейного предмета, об'єкти природи або матеріальні результати людської діяльності повинні зазнати немало послідовних маніпуляцій, під час яких їх готують для тривалого зберігання й експонування в музеї. Збереження об'єктів нині передбачає збереження їх для майбутнього. Отже, і надалі слід очікувати на визнання цінності автентичного об'єкта. Зазвичай передбачається: збереження в музеологічному контексті триватиме вічно і, незважаючи на неминуче пошкодження предметів, які зберігаються в музеї, предмет, колись придбаний, повинен завжди залишатися в музейному зібранні.

Колекціонуючи предмети, колекціонується інформація. Збереження предметів означає збереження вкладеної в них і з ними пов'язаної інформації.

Передусім музейні співробітники знаходять предмети музейного значення, тобто ті, що мають наукову, художню, історичну чи меморіальну цінність. Подібні предмети зазнали певних «біографічних» етапів побутування: використання, «девальвації», набуття нової цінності, музеалізації.

Зміна значення предмета як результат його музеалізації — комплексний феномен, який зрозумілий тільки у зв'язку з урахуванням усіх значень і смислів, які предмети можуть мати в певному суспільстві. У кожному контексті існує свій набір соціально й культурно зумовлених ролей. Предмети не мають «вродженої» цінності, вони цілком і повністю

залежать від виконання ними певних функцій. Більше того, часто предмети можуть мати негативну цінність: вони займають місце, на них доводиться витратити час, енергію та гроші, які можуть бути витрачені для інших цілей (Менш, 2014, с. 177).

У своїй семіотичній теорії Ф. де Сосюр (2004) розрізняв «що означає» та «що означається». «Що означає» пов'язано з матеріальною формою; «що означається» — належить до сенсу. Сенс залежить від інтерпретатора. Без інтерпретатора знака не існує: ми бачимо речі не такими, якими вони є, а такими, якими вони сприймаються нами. Сенс — у свідомості людини, а не у формі самої речі (Сосюр, 2004, с. 39–43). У цьому разі доцільно розрізнити «задуманий» предмет та «предмет, що сприймається». «Задуманий» предмет пов'язаний із фактичною ідентичністю, це сукупність смислів, які мав творець предмета. Необов'язково, що ці самі смисли будуть у того, хто згодом стане використовувати цей предмет («предмет, що сприймається»). «Предмет, що сприймається» пов'язаний з актуальною ідентичністю.

Більшість предметів — не зовсім те, що ми про них думаємо. Потрапляючи в музей, предмет більше не є тим самою предметом, яким він був раніше, він стає моделлю, вилученою зі світу реальності. Щодо цього К. Хадсон зазначив: «Тигр у музеї — це не тигр, а тигр у музеї» (Мересс, 2014, с. 9).

«Біографічні» етапи побутування предмета свідчать про трансформацію речі в культурологічному контексті. Будь-який предмет є артефактом тієї чи іншої епохи, конкретної дійсності, у якій його створено, тому має її певні характеристики. Коли епоха зникає, предмет, породжений нею, зберігає інформацію про неї. У процесі музеалізації (або антикваріатизації) реконструюється минуле предмета з моменту виробництва й подальшого використання, відтворюється його біографія.

Біографія предметів музейного значення починається з виробництва. Перший контекст їх використання — утилітарний — це «контекст початкових значень і первинних функцій». Це означає, що предмети безпосередньо становлять стилістичну єдність зі своїм часом, тожотні йому. У першому утилітарному контексті речі відповідають естетичним поглядам епохи (твори мистецтва), уявленням про комфорт (предмети побуту), відображають останні досягнення техніки (технічні пристосування). Культурні предмети використовувалися за прямим призначенням — для здійснення релігійного культу. Предмети побуту безпосередньо використовували представники епохи, а також ті соціальні верстви, для яких їх первинно було виготовлено.

Девальвація предмета пов'язана з трансформацією його колишніх функцій. Зміна смаків, моди, технічний прогрес можуть призвести до

так званого функціонального розпредметнення здобутків попередніх епох. Старі побутові предмети, для яких утилітарна функція була основною, а естетична — супутньою, можуть повністю втратити утилітарну функцію. Також багато предметів набувають особливої естетичної цінності та привабливості для колекціонерів, перетворюються на об'єкт колекціонування, стають новими символами високого соціального становища власника, набувають статусу музейних та антикварних предметів, тобто інших ціннісних ознак: культурних, естетичних, соціальних, особистісних тощо. Під час надходження до музею об'єкти приймають співробітники на облік і зберігання, а потім, за можливості, повністю науково опрацьовують.

Наукова атрибуція — виявлення основних ознак музейного предмета: назви, призначення, форми, конструкції, матеріалу, розмірів, техніки виготовлення, авторства, хронології й географії створення та побутування предмета. Під час атрибуції визначається зв'язок музейного предмета з історичними подіями або особами, певним етнічним середовищем, розшифровуються написи, клейма, марки, інші знаки, нанесені на предмет, ступінь збереження предмета й опис його пошкодження. Ця процедура вможливає повну характеристику музейного експоната та надає відповіді на багато питань, наприклад, для чого призначений предмет; з якого матеріалу він виготовлений; коли, де і ким виготовлено; техніка виготовлення; соціальна належність.

Головна вимога атрибуції — уміння чітко, зрозуміло, детально, із значенням характерних особливостей описати предмет, щоб сформувався повне уявлення про нього. Виконання атрибуції може передбачати не лише безпосереднє вивчення експоната, а й залучення безлічі додаткових джерел: каталогів; довідників; енциклопедій; консультування з фахівцями тощо. Під час атрибуції музейних предметів слід дотримувати певних принципів.

1. Назва. Зазначаючи найменування предмета, спочатку потрібно використовувати іменник, а потім (за необхідності) пояснення (грамота почесна, чашка кавова, тарілка декоративна, книга художня, іграшка-свистулька «Вершник», зошит учнівський тощо). Якщо предмет має місцеві особливі назви, їх указують у дужках: глечик (корчажка), намиста (прутики) тощо.
2. Місце створення, побутування, події. Географічні назви надаються в історичній формі відповідно до періоду створення предмета.
3. Інвентарний номер.
4. Джерело надходження (відоме чи ні).
5. Справжність (оригінал або копія).

6. Наявність легенди. Під легендою розуміються історія походження предмета, належність видатним особам, зв'язок із краєм, певними подіями, додаткова інформація про автора, творця, власника предмета. Слід зафіксувати всю інформацію, яка в подальшому допоможе під час створення екскурсій, етикетажу та атрибуції предмета.
7. Написи, клейма, геральдичні знаки (копіюються в описі один до одного зі збереженням орфографії й пунктуації оригіналу).
8. Матеріал. Перелічуються матеріали, що становлять основу предмета (мідно-нікелевий сплав, чавун, бавовна, полотно, фаянс, сосна, груша, дуб), техніка створення (ручне шиття, вишивка, чеканка). Якщо немає можливості точно визначити назву матеріалу та техніки, надаються загальні відомості (метал, тканина, дерево, папір, кераміка).
9. Техніка виконання, спосіб виготовлення.
10. Розміри позначаються в сантиметрах та міліметрах; довжина, висота, ширина, глибина, діаметр. Винятком є тільки параметри монет. Зазвичай, спочатку зазначають вертикальний розмір, потім горизонтальний, наприклад, для посуду — висота виробу, діаметр її денця, діаметр горлечка; для предметів одягу — довжина виробу, ширина плечей (якщо це плечовий виріб), ширина спідниці; для іграшки — висота; для картини в рамці — параметри без рамки, потім розміри в рамці тощо.
11. Форма і пристрої (слід звернути увагу на складні предмети з кількох деталей). Якщо предмет має складну форму, описується кожна окрема частина.
12. Стисла характеристика предмета (опис, до якого можуть належати пункти 10, 12–14). Зазначаються всі його ознаки: форма; колір; матеріал; конструктивні особливості; зображення; структура; художній стиль; написи, клейма та ін.
13. Стилiстичні особливості (важливо для творів мистецтва).
14. Призначення предмета.
15. Час і місце створення. Датування предмета може бути точним (дата видання книги, фотографічного знімка) або приблизним — для предметів археології, етнографії, деяких предметів побуту (іноді точна дата невідома, тоді слід виконати власне атрибуцію — визначити дату створення за статистичними особливостями й опосередкованими даними).
16. Авторство. Зазначають того, хто виготовив експонат (художник, письменник, укладач або ж підприємство-виробник).
17. Належність конкретній особі (важливо для меморіального предмета).

18. Збереження. У разі будь-яких пошкоджень музейного експоната складається їх перелік з конкретизацією: пошкоджено міллю, не забруднено, інше.

У музеї головним є не функціональне, а суспільне значення предмета як пам'ятки історії та культури. Предмет, перетворений на знак або символ конкретного факту чи явища, набуває нових зв'язків з іншими музейними предметами, долучається до певного історичного або соціокультурного контексту.

Музейний предмет розглядають у сукупності таких характеристик його властивостей: інформативності, атрактивності, експресивності, репрезентативності.

Інформативність розкриває змістовний аспект музейного предмета, який є матеріальним свідченням минулого, «текстом». Інформація, закодована в предметі в його атрибутивних ознаках (назва та призначення, розміри, форма, матеріал і техніка виготовлення, написи, підписи, клейма тощо), становить його внутрішнє інформаційне поле. Відомості про походження та побутування предмета, про події та осіб, пов'язані з ним, тобто інформація «навколо предмета» утворює особливе зовнішнє інформаційне поле, назване «легендою» або «провенансом», що, разом з атрибутивними ознаками, визначає культурне значення. Внутрішні й зовнішні інформаційні поля поєднуються, формуючи інформаційний потенціал музейного предмета.

Атрактивність (привабливість) визначається зовнішніми особливостями предмета, його здатністю зацікавлювати відвідувачів формами, розмірами, кольором, композицією, трактуванням деталей, ритмічним співвідношенням пропорцій.

Експресивність пов'язана зі сприйняттям предмета, його здатністю викликати асоціації та відчуття причетності до конкретних процесів, пержитих явищ, цікавих фактів.

Емоційне сприйняття музейного предмета виникає завдяки художньо-образній передачі інформації про нього. Найважливіший критерій під час відбору того чи іншого предмета для збереження — «репрезентативність», що складається з «документальності». З одного боку, це цінність автентичного свідоцтва, з іншого, виразність ознак предмета в комунікативному аспекті. Додатковий критерій відбору для збереження предмета — «достовірність».

Висновки. Таким чином, музеалізація, як особливе ставлення до дійсності, виявляється в наділенні речей, артефактів, пам'яток, творів мистецтва тощо властивостями музейних предметів з метою збереження культурного досвіду людства, який репрезентується в музейних зібраннях. Структурними елементами музеалізації є матеріальні предме-

ти (або в деяких випадках нематеріальні об'єкти культурної спадщини), які, будучи наділені музейною цінністю, стають музейними предметами.

Перспективи подальших досліджень. У подальших публікаціях будуть проаналізовані перспективи створення експозиції з історії Харківської державної академії культури.

Список посилань

- Менш, П. В. (2014). Значение: функциональная идентичность артефактов. *Вопросы музеологии, 1 (9), 177–192.*
- Мересс, Ф. (2014). О будущем музеологии: несколько замечаний к русскому изданию диссертации Петера ван Менша. *Вопросы музеологии, 1 (9), 6–14.*
- Де Соссюр, Ф. (2004). *Курс общей лингвистики.* Москва: Едиториал УРСС.
- Фуко, М. (2006). Другие пространства. *Интеллектуалы и власть: избранные политические статьи, выступления и интервью, 3, 191–204.*

References

- Mensch, P. V. (2014). Meaning: the functional identity of the artifacts. *Questions of museology, 1 (9), 177–192.* [In Russian].
- Meress, F. (2014). On the future of museology: a few remarks to the Russian edition of the dissertation of Peter van Mensch. *Questions of museology, 1 (9), 6–14.* [In Russian].
- De Saussure, F. (2004). *The course of general linguistics.* Moscow: Editorial URSS. [In Russian].
- Foucault, M. (2006). Other spaces. *Intellectuals and Power: Selected Political Articles, Speeches, and Interviews, 3, 191–204.* [In Russian].

Надійшла до редколегії 18.01.2019 р.

https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.17

УДК 069.1:005.342](477.61-21Рубіжне)(045)

Т. І. Ямполь, студентка, Харківська державна академія культури, м. Харків

marukot73@gmail.com

https://orcid.org/0000-0003-2794-2375

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ В ДІЯЛЬНОСТІ РУБІЖАНСЬКОГО МУЗЕЮ (ЛУГАНЩИНА)

Проаналізовано основні напрями діяльності Рубіжанського музею, осучаснено підходи до його роботи як комплексної форми комунікації, розглянуто теоретичні та практичні засади для досягнення цілей і реалізації завдань. Використовуючи музейні колекції, музей міста, як сучасна структура, може розширювати діапазон своєї діяльності від традиційних функцій збирання та зберігання, екскурсійно-пізнавальних послуг до проведення перформансів, історичних реконструкцій тощо, наділених більшою демократичністю і простотою розуміння, ніж музейні колекції. Така орієнтація на зміну запитів споживача є запорукою подальшого сталого розвитку закладу як соціокультурної інституції.

Ключові слова: Рубіжне, традиційний музей, форми роботи, інноваційні технології.

Т. И. Ямполь, студентка, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РУБЕЖАНСКОГО МУЗЕЯ (ЛУГАНЩИНА)

Проанализировано основные направления деятельности Рубежанского музея, современные подходы к его работе как комплексной формы коммуникации, рассмотрены теоретические и практические основы для достижения целей и реализации заданий. Используя музейные коллекции, музей города, как современная структура, может расширять диапазон своей деятельности от традиционных функций хранения и сбережения, экскурсийно-познавательных услуг до проведения перформансов, исторических реконструкций и пр., наделенных большей демократичностью и простотой понимания, чем музейные коллекции. Такая ориентация на смену запросов посетителя является залогом дальнейшего развития музея как социокультурной институции.

Ключевые слова: Рубежное, традиционный музей, формы работы, инновационные технологии.

T. I. Yampol, student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

INNOVATIVE METHODS IN THE ACTIVITIES OF THE RUBIZHNE MUSEUM (LUHANSK REGION)

The purpose of this work is to study the impact of innovative technologies on the work of the Rubizhne Museum.

Research Methodology of the study is a differentiated multidisciplinary approach to the phenomenon of introducing innovative approaches to museum work.

Results. The primary areas of the Rubizhne Museum are analyzed, modern approaches to its work as a complex form of communication, theoretical and practical principles for achieving the goals and objectives are considered. Using museum collections, the museum, as a modern structure, can expand its range of activities from traditional functions of collecting and storing, excursion-cognitive services to performing performances, historical reconstructions, etc. Such an orientation towards changing consumer inquiries is a guarantee of further sustainable development of the institution as a socio-cultural institution.

Novelty. An attempt is made to introduce the latest material on the innovative forms of the work of the Rubizhne Museum, its influence on the main types of its activity, such as museum pedagogy, the creation of expositions, museum lectures, etc.

The practical significance consists in ensuring the implementation of interesting art and scientific projects with the help of innovative technologies.

Keywords: *Rubizhne, traditional museum, forms of work, innovative trilogy.*

Постановка проблеми. Сучасність потребує особливої уваги до збереження матеріальних і нематеріальних пам'яток, навіть таких невеликих музеїв, як Рубіжанський. Швидкоплинний час та руйнівні впливи сучасності призодять до зникнення матеріальних пам'яток і пов'язаних із ними подій і явищ, тому слід визначити пріоритетні напрями збереження місцевої культурної спадщини. І допоміжними інструментами в цій роботі стають сучасні досягнення в музеєзнавстві та пам'ятокознавстві, а також облікова й науково-дослідницька робота, пов'язана зі способами та формами класифікацій історико-культурних об'єктів, музеєфікації, постановою пам'яток на державний облік, нормативами їх збереження й іншими науково-практичними завданнями збереження та використання спадщини.

Проблема впровадження новітніх музейних технологій — комплекс питань, який не може розглядатися теоретично, поза загальним контекстом існування музею, його життєдіяльністю, він має ґрунтуватися на досвіді предметної, практичної діяльності організації подібних історико-культурних об'єктів. Ці проблеми можуть бути вирішені тільки під час кропіткої науково-практичної роботи, з якої не можна виокремлювати методологічну складову музеєзнавства, яка дозволяє вивчати, оцінювати й порівнювати з іншими регіонами реальний місцевий історико-культурно-соціальний феномен промислового мономіста. Довести за допомогою використання музейних засобів унікальність тих процесів, які відбувалися на територіях, де воно розташоване, дослідження історичних і соціокультурних процесів, їх динаміки, надання їм конкретних форм — завдання, які постають перед музейниками. Музей, як складний організм, не може існувати та розвиватися поза територіально-соціально-економічною структурою міста, він інтегрований у систему міської громади, динамічно змінюється разом із нею, відображуючи стан населення, містотвірного виробництва й довкілля.

Мета статті — розглянути напрями використання інноваційних технологій у роботі Рубіжанського музею, дослідити їх вплив на результати діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний інтенсивний темп життя диктує свої умови традиційному музею, примушує його відходити від свого законсервованого, музеєцентричного існування, ця світова тенденція в останнє десятиріччя дедалі більше поширюється та впливає на форми роботи музеїв України. Українські музеї загалом — це потужні фонди, класичні, традиційні, науково обґрунтовані експозиції, авторитетні зібрання, колекції з багаторічною історією. І для сучасної інтерпретації цих скарбів такий фактор є перевагою, оскільки новітні сучасні форми подання музейної інформації вже апіорі мають вивірене часом досліджене підґрунтя.

За даними Держстату, станом на 2012 р. в Україні працювало 592 музеї, які перебували в комунальній або державній власності, приблизно 12,5 млн музейних предметів державної частини музейного фонду України зберігається саме в цих музеях (Копитько). Переважна більшість із них — це міські та районні музеї, створені за одним зразком, що мають майже однаковий інформаційний контент, але саме зараз провінційним музеям приділяється особлива роль, оскільки вони поєднують багатогранність регіональних культур України, а це вкрай важливо в контексті ідеї відродження, збереження й оновлення вітчизняної культури (Пантелійчук, 2005, с. 256–260).

До таких установ належить і музей м. Рубіжне. Його відкрито на підставі рішення 59 сесії міської ради від 02.11.2005. Основою фондів стало зібрання музею підприємства «Барвник», який припинив своє існування наприкінці 90 рр. XX ст. Це унікальна за історичною цінністю колекція документів і предметів. Головною метою експозиції музею, згідно з концепцією, стало розкриття міського характеру, стилю життя міста, заснованого наприкінці XIX ст. та створеного у XX ст. — у добу індустріалізації, розвитку промисловості, науки та техніки, появи нових індустріальних міст. Використовуючи засоби й методи музейної роботи, він зберігає для нових поколінь рубіжан знання свого походження, культури, історії, усвідомлення причетності до історичної пам'яті міста, мети, пріоритетів і стилю життя, притаманного саме Рубіжному.

Із самого початку існування заклад почав активно інтегруватися в культурне життя міста, започаткував роботу наукової ради, згуртував навколо себе спільноту, залучаючи населення до співпраці, сприяючи формуванню національної та громадянської свідомості, збереженню й поширенню культурних цінностей, удосконаленню освітнього процесу, започаткуванню етнопедagogіки. Такі проекти та заходи, як історичні

тематичні театралізації з використанням прийомів переміщення в часі, мистецькі виставки, перформанси для відвідувачів усіх вікових категорій, щоразу стають подією. Також традиційними стали зустрічі-дискусії місцевих митців, арт-презентації художників і майстрів, відкриття нових імен і ознайомлення мешканців Рубіжного з роботами відомих українських метрів. Кожна виставка мистецтва передбачає інформативні лекції, в яких міститься інформація про митця та його творчість, аналізується авторський стиль, здійснюється екскурс в історію конкретного напрямку мистецтва. Таким чином, відвідувачі отримують додаткову візуалізовану інформацію, яка чудово запам'ятовується. Під час творчих мистецьких заходів виникає неформальна обстановка, сприятлива для спілкування відвідувачів з музейними працівниками, митцями й між собою, що спонукає містян, котрі постійно приходять до музею, у подальшому залучати до відвідання членів своїх родин і друзів.

Для підтримки щоденного діалогу з музейною аудиторією, співробітники музею досліджують і аналізують попит відвідувачів, зважаючи на їхні вікові категорії, після чого формують пропозиції, зберігаючи свою актуальність для сучасного візитера (Вітенко, 2015). Експозиції КЗ «Міський музей», які розповідають про історію виникнення міста, його розбудову, розвиток, а також сучасне існування, після впровадження нових форм музейного спілкування починають взаємодіяти з відвідувачами, звертаються до їхніх пам'яті, свідомості, емоційної особистісної сфери. Музейні працівники забезпечують це за допомогою відповідного супроводу екскурсій і лекцій, дозволяючи гостям доторкатися до деяких найатрактивніших експонатів, висловлювати думки. Яскравим прикладом такої інновації стало формування зали відкритих фондів, предмети якої експонуються за певною часовою хронологією. Мета музейників — «занурити» містян у близький для багатьох простір, про який нагадують знайомі речі та предмети. Музейні зібрання надають набагато більше можливостей, ніж проста інформація, адже вони виконують функцію «соціальної пам'яті». Завдання музейного фонду — не розповідати про вже відоме, а запропонувати нові знання, погляди, розуміння. Тому музейні фонди є основою комунікативної роботи музею, адже автентична експозиція, організовані на її базі освітньо-комунікативні проекти неможливі без різноманітних, науково атрибутованих і ретельно збережених колекцій. Водночас фонди — це не систематизований склад, не недоторканне сховище. Сучасні фахівці стверджують, що фонди мають «говорити», тому важливим напрямом музейної комунікації є поповнення експозицій новими матеріалами, створення нових виставок, відкриття сховищ для глядача, а головне — поповнення колекцій, наукове комплектування. Метою останнього як комунікативного каналу є виявлення,

прийом, дослідження, атрибутування, надання інформації суб'єктам комунікації та здійснення діалогу з ними. Через призму того, як сьогодні музей документує історичний процес, інтерпретує події, відбирає, експонує музейні предмети, фіксує факти в музейних виданнях, сучасники й нащадки сприйматимуть і оцінюватимуть певні історичні періоди. Це має важливе значення у формуванні історичної пам'яті мешканців міста («Комунікативний потенціал музею та засоби його реалізації (методична довідка)», с. 1–10).

Застосовуючи інноваційні технології, основи музейної педагогіки, співробітники Рубіжанського музею вже багато років проводять пізнавальні квест-ігри для підлітків. Територія музею напередодні Дня перемоги над нацизмом у Другій світовій війні стає експериментальним музейно-педагогічним майданчиком, на якому впроваджуються альтернативні методи патріотичного виховання. За своєю сутністю такі ігри дозволяють виявити інтелектуальний і дослідницький потенціал кожного учасника, а також спонукають взаємодіяти й комунікувати підлітків одне з одним, підвищують цінність командної роботи, виховують свідомого громадянина. Граючи, виконуючи завдання, молоді люди за своєю ініціативою і відтворюють використаний ними матеріал набагато краще, ніж під час звичайної екскурсійної лекції. Цінність подібних заходів полягає в тому, що сучасне покоління дітей, котре занадто захоплене віртуальними іграми, взаємодіє в реальності, де відбувається живе спілкування. Музейно-освітні програми не лише передають певну інформацію, а й відтворюють картину минулого, що сприяє вихованню патріотизму, формуванню національної ідеї. Науково-освітні заходи, зустрічі, театралізовані екскурсії, інтерактивні екскурсії, основані на запитаннях і відповідях, різноманітні воркшопи, квести, результатом яких є зворотна комунікація, родинні заходи — усе це сприяє реалізації виховної та освітньої функцій музею.

Упродовж 12-річного існування музею м. Рубіжне майже кожен його захід є відображенням творчої та креативної роботи музейних працівників із використанням цілого спектра цікавих прийомів щодо втілення нових технологій експозиційного дизайну, використання мультимедійних засобів й інноваційних комп'ютерних технологій. Це також допомагає надати роботі музею сучасного рівня подання та пошуку інформації для аудиторії, вивести комунікативні аспекти роботи на зовсім інший рівень, наприклад, дозволяє безпосередньо під час музейного заходу провести скайп-конференцію з визначними митцями, науковцями, співробітниками інших музеїв, продемонструвати в онлайн-режимі цікаві експозиції музеїв світу та провести ними віртуальні екскурсії, таким чином, надати аудиторії можливість відвідати кілька музеїв одразу

(Знаменський, 2003, с. 71). Супровід музейних заходів тематичними слайдами посилює ефект впливу на емоційний стан відвідувача, підвищує глядацький інтерес і поглиблює занурення в тему експозиції або виставки.

Одним із найважливіших питань, які постають перед сучасними українськими музеями, як провідними, так і провінційними, є фахове навчання, яке надає практичні знання їх працівникам для повнішого розкриття потенціалу кожного музейного закладу. Останні кілька років для музейників Луганської та Донецької областей діє цікавий новаторський проект «Музей відкрито на ремонт», започаткований у листопаді 2016 р. Українським кризовим медіа-центром за підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID), котрий має на меті реорганізацію роботи музеїв цих областей, інновацію та активізацію їх роботи. Основна ідея проекту полягає в тому, щоб перетворити значну кількість провінційних музеїв на сучасні культурні центри, що активно долучені до життя свого міста та регіонів, а також здійснюють наукову, освітню та просвітницьку діяльність. Працівники Рубіжанського музею активно беруть участь у цьому проекті, регулярно проходять навчання на воркшопах, семінарах, мають змогу долучитися до індивідуальної співпраці з кураторами, українськими й міжнародними експертами та митцями, отримувати методологічну допомогу («Прес-конференція старту проекту «Музей відкрито на ремонт: Слов'янськ і Лисичанськ»»). Участь у цьому проекті надає музейникам безцінну можливість тісного спілкування, обміну досвідом і постійної співпраці з колегами.

Але на сьогоднішній день музей, як і вся музейна галузь, опинився в надзвичайно несприятливій ситуації для подальшого функціонування, перед ним постало ще більше проблемних питань і викликів — від матеріального забезпечення діяльності (музей фінансується з бюджету міста) до масштабних — про сутність подальшого існування. Численні проблеми, пов'язані зі скороченням фінансування, не дозволяють розвинути той самий культурний та соціальний потенціал, бракує коштів на створення сучасних стаціонарних експозицій, що призводить до пов'язаних із цим проблем. На фоні динамічного розвитку світових інновацій, процеси економічної лібералізації та глобалізації підкреслюють недостатність у таких невеликих музеїв, як Рубіжанський, менеджерських, маркетингових, комунікаційних ресурсів і досвіду для сучасного просування свого продукту. Тому колектив музею, переосмислюючи результати діяльності й усвідомлюючи свою відповідальність за збереження закладу в умовах нестабільної ситуації в Україні, намагається поєднувати живу культуру сьогодення та багаторічну спадщину, переосмислює концепції функціонування музю та впровадження в практику нових підходів, щоб стати

повноцінно функціонуючим, привабливим туристичним об'єктом, мати можливість і надалі втілювати різні музейні та мистецькі проекти.

Висновки. Міський музей Рубіжного має потужний інформаційний потенціал як сталий культурний об'єкт і суто місцеві особливості, існує в певному конкретно-історичному середовищі, саме тому вдало демонструє взаємозв'язок історичних витоків, розвитку, боротьби й сьогодення. Застосування на практиці сучасних підходів до виконання завдань зі збереження, експонування, трансляції інформації дозволить Рубіжанському музею надалі розвивати традиції, притаманні нашій місцевості, осмислювати свою історію та культуру, що матиме глибинні позитивні посилки для самоідентифікації кожного мешканця в умовах тотальної глобалізації. Музей, як продукт проживання людей нашої місцевості, є уособленням конкретного середовища. Демонструючи життя, трансформацію цього середовища, музей стає невід'ємним учасником культурного життя міста.

Інтенсивний розвиток інформаційних і комунікаційних технологій спричинив величезні зміни в музейній сфері Рубіжного, ставши однією з головних причин зміни підходу до багатьох видів діяльності: музейної педагогіки, створення експозицій, проведення музейних лекцій тощо, допомагаючи музейній установі, окрім виконання основних функцій з охорони та збереження культурної й історичної спадщини, формувати привабливі освітні та розважальні пропозиції, реалізувати цікаві мистецькі й наукові проекти й конкурувати з потужною розважальною індустрією, приваблювати відвідувачів та розвиватися всупереч браку коштів і без належної підтримки держави. Активно залучаючи інноваційні процеси в музейний простір, він демонструє актуальність музейної колекції для сучасного суспільства, де через експонат, утілення минулого, можна говорити про сучасні важливі проблеми, руйнувати стереотипи.

Як соціокультурний феномен колективної пам'яті, складові якої — наука та наукові дослідження, мистецтво та ін., музей реалізує самостійні й цілісні завдання — збирати та зберігати музейні предмети, а також досліджувати й поширювати знання сучасними методами комунікації, не тільки розказуючи про те, що відбулося, а натомість, як і чому це відбулося, формуючи таким чином уявлення про ймовірні напрями розвитку майбутнього. Музейні об'єкти розглядаються в контексті ідей, цінностей, інших соціальних чинників минулого, того часу, в якому вони існували, розглядається можливість трансформації їх значень у часі. Заглиблення в музейний простір стимулює запитання про історичні процеси, погляди й уявлення минулого, які потребують вивчення, пояснення та набувають нового значення в зовсім інших системі й контекстах.

Сама ідея створення міського музею була по суті інноваційною, оскільки ґрунтувалася на відчутті відповідальності за минуле та майбутнє нашого міста, його подальший розвиток, розкриття чинників творення міського простору в різний час і взаємозв'язок мешканців та міського простору. Його мета — сучасними музейними методами показати феномен міста як простір, який перетворює людина, що творить громадянина, допомагати мешканцям усвідомлювати себе складовою простору міста й бути активним у відповідальному користуванні цим простором та його перетворенні.

Через призму музейного сприйняття можна досліджувати різні етапи історичної дійсності Рубіжного, де виникали нові форми устрою, суспільства, створювалася потужна промисловість, здійснювався перехід від однієї форми державності до іншої, а також зароджувалася й розвивалася культура міжетнічних відносин, виникли практично з нуля хімічні інститути, поєднувалася теорія та практика тощо. Застосовуючи у своїй роботі різні підходи (культурологічний, урбаністичний, етнологічний, економічний, соціальний), музей дозволяє кожному мешканцеві зрозуміти значення та зміст свого існування й усвідомити те, що роль соціокультурного фактора розвитку не менш важлива, ніж політична або економічна, оскільки це — духовна площина, підвалинами якої є історична й культурна пам'ять. Суспільство постійно прагне політичних, економічних рушійних змін, у вирі сьогодення відбуваються постійні процеси, які впливають на свідомість людини, змушуючи її швидко забувати ще недавні події, але є досить консервативна в позитивному сенсі галузь — саме музей є зберігачем фактів — свідків історії, не дозволяє сьогоденню маніпулювати минулим, робить його недоторканим.

Перспективи подальших досліджень. Тема впровадження інноваційних технологій у музейну роботу має перспективи для подальшого багатогранного дослідження, аналіз якого дозволить музеям упевнено пристосовуватися до умов динамічного світу й мінливого попиту сучасного суспільства.

Список посилань

Копитько, О. Офіційна статистика; музеї України у 2012 році. *Prostir.Museum*.

Узято з <http://prostir.museum.ua/post/30119>.

Пантелійчук, І. (2005). Проблема становлення музейної політики в Україні (с. 256–260). *Актуальні філософські та культурологічні проблеми сучасності: збірник наукових праць*. Київ.

Вітенко, Л. Застосування інноваційних технологій в музейній практиці. *Фотографії старого Львова*. Узято з <http://photo-lviv.in.ua/zastosuvannya-innovatsijnyh-tehnolohij-v-muzejnij-praktytsi/>.

Комунікативний потенціал музею та засоби його реалізації (методична довідка)

- (с. 1–10). *Національний музей історії України у Другій світовій війні — 2017*. Узято з https://www.google.com/search?q_
- Знаменський, А. В. (2003). Модернізація музейної діяльності. *Довідник керівника установи культури*, 10, 71.
- Прес-конференція старту проекту «Музей відкрито на ремонт: Слов'янськ і Лисичанськ». *Громадський простір*. Узято з <https://www.prostir.ua/event/pres-konferentsiya-startu-proektu-muzej-vidkryto-na-remont-slovyansk-i-lysychansk/>.

References

- Копытко, О. Official statistics; museums of Ukraine in 2012. *Prostir.Museum*. Retrieved from <http://prostir.museum.ua/post/30119>. [In Ukrainian].
- Panteleichuk, I. (2005). The problem of the formation of museum policy in Ukraine (pp. 256–260). *Current philosophical and cultural problems of the present: a collection of scientific works*. Kyiv. [In Ukrainian].
- Vitenko L., Application of innovative technologies in museum practice. *Pictures of the old Lviv*. Retrieved from <http://photo-lviv.in.ua/zastosuvannya-innovatsijnyh-tehnolohij-v-muzejnij-praktytsi/>. [In Ukrainian].
- The communicative potential of the museum and the means of its realization (methodological assistance) (pp. 1–10). *National Museum of Ukrainian History in World War II — 2017*. Retrieved from https://www.google.com/search?q_. [In Ukrainian].
- Znamensky, A. V. (2003). Modernization of museum activity. *Directory of the head of the cultural institution*, 10, 71. [In Ukrainian].
- Press conference of the project “The Museum is open for repair: Slavyansk and Lisichansk”. *Public space*. Retrieved from <https://www.prostir.ua/event/pres-konferentsiya-startu-proektu-muzej-vidkryto-na-remont-slovyansk-i-lysychansk/>. [In Ukrainian].

Надійшла до редколегії 19.02.2019 р.

Розділ 5. РЕЦЕНЗІЇ

Part 5. REVIEWS

■ <https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.18>

УДК: 012+016:792

Є. М. Тодорова, кандидат педагогічних наук, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

<https://orcid.org/0000-0001-5577-9160>

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК БІБЛІОГРАФІЇ ТА МИСТЕЦТВА

Рецензія на біобібліографічний покажчик: Гордєєв Сергій Іванович: (до 70-річчя від дня народження, 50-річчя творчої та 40-річчя педагогічної діяльності). — Харків: ХДАК, 2018. — 148 с.

Ye. M. Todorova, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

INTERCONNECTION OF BIOBIBLIOGRAPHY AND ARTS

Review of bio-bibliographic index: Gordeiev Serhii Ivanovych: (to the 70th anniversary of birth, 50th anniversary of the creative work and 40th anniversary of the teaching activities). — Kharkiv: KhSAC, 2018. — 148 p.

Діяльність будь-якого закладу вищої освіти неможлива без такого структурного підрозділу, як бібліотека, основними функціями якої є задоволення інформаційних потреб її споживачів і сприяння розвитку науки, освіти, культури.

Грунтовний аналіз ролі довідково-бібліографічного відділу Харківської державної академії культури у створенні наукового продукту — серії бібліографічних покажчиків «Видатні педагоги Харківської академії культури», яка наочно демонструє внесок викладачів закладу вищої освіти в розроблення галузевої науки, освіти, культури, а також формування позитивного іміджу освітньо-наукового закладу, надано у статті Н. М. Кушнарєнко та С. В. Євсєєнко «Бібліографічні покажчики як засіб формування позитивного іміджу освітньо-наукового закладу (2016)». Автори підкреслили, що, крім виконання загальних завдань бібліотеки, працівники довідково-бібліографічного відділу особливого значення надають репрезентації науково-освітнього доробку викладачів, співробітників, аспірантів, докторантів і студентів у поширенні наукових ідей та інноваційних навчально-методичних розробок. Серед різноманітних інформаційно-бібліографічних ресурсів, які готують бібліографи відділу, почесне місце посідає система бібліографічних посібників персоналізованого типу, основними підсистемами якої є:

1. Бібліографічні покажчики «Праці викладачів та співробітників ХДАК», які виходять друком кожні 5 років до наступного ювілею акаде-

мії. Чотири випуски покажчика відображають друковані праці науковців ХДАК з 1947 р. до 2013 р. Наразі готують до друку п'ятий випуск, присвячений публікаціям за 2014–2018 рр.

2. Дайджести «Віват, Академіє!» містять публікації всеукраїнських і харківських газет про діяльність колективу ХДАК, але не лише викладачів, науковців, а і студентів, випускників. Статті подаються повністю або фрагментарно. Усього опубліковано 7 випусків, у які долучено публікації з 1995 р. по 2017 р. загальною кількістю понад 2000, не лише друкованих, але й електронних.

3. Бібліографічне забезпечення ювілейних монографій про ХДАК, що виходять друком кожні 5 років, починаючи з 1979 р. У кожному випускові надаються біографічні відомості про викладача та список його основних наукових праць. Два останні випуски також містять бібліографічні списки монографій, підручників і навчальних посібників, опублікованих у ХДАК за означений період.

4. Бібліографічні покажчики серії «Видатні педагоги Харківської державної академії культури», заснованої 2002 р., мета якої — висвітлювати наукову, педагогічну, організаторську та творчу діяльність видатних науковців ХДАК, відомих не лише в Україні, але й поза її межами.

Загальна методика бібліографування документів у біобібліографічних покажчиках передбачає такі структурні елементи: біографічні (фактографічні) відомості про особу, особливості її становлення як особистості в соціальній і професійній сферах; дані про наукову спадщину та творчий доробок; бібліографію творів і список публікацій про персону; додаткові матеріали (зображення, документи, спогади, інші додатки).

Довідково-бібліографічний відділ бібліотеки ХДАК розробив положення про серію, у якому затвердив основну структуру покажчиків, що загалом відповідає вимогам методики.

На думку бібліографознавців, котрі розробляють методику бібліографування документів у персональних і біобібліографічних покажчиках, перелік праць певної особи, окрім бібліографічної інформації, містить біографічну, вможливаючи проаналізувати періоди найвищої наукової продуктивності, основні напрями наукових досліджень у певні роки, еволюцію поглядів ученого (Кушнарєнко та Євсеєнко, 2016, с. 50).

Як зазначають Н. Кушнарєнко та С. Євсеєнко (2016), за період з 2002 по 2015 рр. в межах серії «Видатні педагоги Харківської державної академії культури» опубліковано 14 біобібліографічних покажчиків, присвячених життю й діяльності педагогів-науковців ХДАК: доктора історичних наук, професора, заслуженого діяча мистецтв України, члена-кореспондента Національної академії мистецтв України, ректора ХДАК В. Шейка; кандидата педагогічних наук, доцента Н. Колосової; докто-

ра педагогічних наук, професора, проректора з наукової роботи ХДАК, заслуженого працівника культури України Н. Кушнарченко; кандидата мистецтвознавства, доцента А. Житницького; кандидата мистецтвознавства, професора І. Гулеско; кандидата мистецтвознавства, професора, заслуженого діяча мистецтв України С. Гордєєва; доктора історичних наук, професора, заслуженого працівника вищої школи України Г. Чернявського; доктора технічних наук, професора Г. Асєєва; доктора філософських наук, професора, заслуженого працівника культури України М. Дяченка; доктора педагогічних наук, професора А. Соляник; кандидата педагогічних наук, доцента, заслуженого працівника культури УРСР Н. Фрідьєвої; доктора мистецтвознавства, професора О. Чепалова.

Упродовж 2016 — 2018 рр. підготовлено й видано друком покажчики, присвячені доктору історичних наук С. В. Потрашкову (2016 р.), В. М. Шейкові (2017 р., 3-тє вид.), С. І. Гордєєву (2018 р., 2-ге вид.). Готується посібник, який висвітлює життєвий і творчий шлях Г. В. Шемаєвої.

Розглянемо останнє за хронологією видання довідково-бібліографічного відділу бібліотеки ХДАК.

Покажчик розпочинається передмовою «Від укладачів», у якій докладно висвітлено методичні прийоми, використані під час його підготовки. Бібліографи зазначають, що в бібліографічному покажчику «Гордєєв Сергій Іванович: до 70-річчя від дня народження, 50-річчя творчої та 40-річчя педагогічної діяльності» висвітлено життєвий шлях, наукову, науково-педагогічну та творчу діяльність режисера, відомого в Україні постановника масових свят, театралізованих програм, організатора й учасника мистецьких акцій і фестивалів, авторитетного педагога, театрознавця, дослідника історії українського театру, заслуженого діяча мистецтв України, лауреата міжнародних театральних фестивалів і творчих премій, кандидата мистецтвознавства, професора С. І. Гордєєва.

Видання розпочинається біографічним нарисом «Відданість улюбленій справі», підготовленим народним артистом України, художнім керівником Національної філармонії України, професором В. А. Лукашевим. Теплими спогадами про знайомство та спілкування з С. І. Гордєєвим у статті «Митець, яким пишається академія» поділився доктор філософських наук, професор, заслужений працівник культури України М. В. Дяченко. Про Сергія Івановича Гордєєва як талановитого театрального педагога, наставника розповіла доктор культурології, професор, завідувач кафедри акторської майстерності ХДАК А. А. Кікоть. Гармонійно доповнюють біографічну частину видання основні дати життя й діяльності С. І. Гордєєва, перелік режисерських робіт на про-

фесійній сцені (вистави, театралізовані видовища, свята, концерти), записів Харківською обласною державною телерадіокомпанією театральних вистав у постановці ювіляра та передач за його участі, відомості про участь Сергія Івановича в журі конкурсів і фестивалів, вітання з ювілеєм (*Гордєєв Сергій Іванович: (до 70-річчя від дня народження, 50-річчя творчої та 40-річчя педагогічної діяльності): біобібліографічний покажчик*, 2018, с. 5).

Далі укладачі аналізують бібліографічні особливості покажчика та зазначають, що його бібліографічною складовою є публікації з 1968 р. по серпень 2018 р. Матеріал згруповано в чотирьох розділах. Перший розділ — авторські праці С. І. Гордєєва, написані у співавторстві, та редакторські: монографії, статті в наукових збірниках, періодичних виданнях, енциклопедіях, матеріали наукових конференцій, бібліографічні видання, інтерв'ю, навчально-методичні матеріали тощо. У другому та третьому розділах містяться матеріали про наукову діяльність ученого: офіційне опонування дисертацій, відгуки й автореферати дисертацій, рецензування монографій і навчальних видань, участь в організації наукових конференцій. У четвертому розділі зібрано джерела про різносторонню наукову, науково-педагогічну, творчу та громадську діяльність С. І. Гордєєва. Бібліографування виконано мовою оригіналу — українською та російською. Бібліографічні описи згруповано в хронологічно-алфавітній послідовності. У другому-четвертому розділах записи супроводжуються довідковими анотаціями. Допоміжний апарат: іменний, предметний покажчики, покажчик назв авторських праць і видань за редакцією С. І. Гордєєва. В іменному покажчику зазначено співавторів С. І. Гордєєва, авторів публікацій про ювіляра та персоналії (номери записів подано в дужках). Предметний покажчик, складений на авторські публікації, засвідчує напрями досліджень ученого.

Це другий покажчик, присвячений ювілярові. У 2008 р. в серії «Видатні педагоги Харківської державної академії культури» вийшов друком біобібліографічний покажчик «Сергій Іванович Гордєєв: до 60-річчя від дня народження, 40-річчя творчої та 30-річчя педагогічної діяльності», який містить матеріали з 1963 по 2008 рр.

Покажчик 2018 р. укладено на основі бібліографічної бази даних бібліотеки ХДАК «Праці викладачів та співробітників ХДАК», ресурсів Інтернету й особистих матеріалів С. І. Гордєєва. Усі документи переглянуто *de visu*. Бібліографічні описи виконано відповідно до чинних в Україні стандартів: ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 «Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні відомості та правила складання», ДСТУ 3582:2013 «Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила», ГОСТу 7.12–

93 «Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила», ДСТУ 4861:2007 «Видання. Вихідні відомості». Відбір матеріалу завершено в серпні 2018 р.

Означене видання — науково-допоміжний покажчик — призначене науковцям, дослідникам історії українського театру, театральним педагогам, аспірантам, студентам театральних факультетів закладів вищої освіти (*Гордєєв Сергій Іванович: (до 70-річчя від дня народження, 50-річчя творчої та 40-річчя педагогічної діяльності): біобібліографічний покажчик*, 2018, с. 6).

Наукова й бібліографічна цінність покажчика зумовлені долученням до нього матеріалів, які відображають співпрацю С. І. Гордєєва з представниками засобів масової інформації, зокрема такими, як «Записи Харківською обласною державною телерадіокомпанією театральних вистав у постановці режисера С. І. Гордєєва», «Записи Харківською обласною державною телерадіокомпанією передач за участі С. І. Гордєєва», «Участь С. І. Гордєєва в журі конкурсів та фестивалів».

Як додаток до посібника подаються численні фотоматеріали, що демонструють творчу й педагогічну, суспільно-значущу діяльність особи, котрій присвячене бібліографічне видання.

Слід відзначити не лише бездоганну, високопрофесійну роботу укладачів покажчика С. В. Євсеєнко, О. М. Левченко, О. С. Хижної, Т. О. Шикаленко, але й яскраве художнє оформлення О. М. Левченко, чудове поліграфічне оздоблення, що робить покажчик цікавим, наочним і, безумовно, корисним як для колег С. І. Гордєєва, студентів творчих спеціальностей, театральної спільноти Харкова й України загалом, так і для бібліотекарів, бібліографів, студентів спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», інших спеціальностей факультету соціальних комунікацій ХДАК.

Після виходу друком покажчика в Харківській обласній газеті «Время» опубліковано першу рецензію на нього, написану О. Аннічевим (2018). Рецензент у пафосному тоні характеризує не лише творчий мистецький і педагогічний доробок С. І. Гордєєва, але й наводить схвальні відгуки про персону, котрій призначений покажчик, написані іншими авторами та розміщені у виданні.

На жаль, О. Аннічев занадто вільно оперує термінами «бібліографічний покажчик», «книга», «монографія», «каталог», подаючи їх як синоніми. Крім того, на його думку, заслуга підготовки покажчика повною мірою належить саме С. І. Гордєєву, а не співробітникам довідково-бібліографічного відділу бібліотеки ХДАК, про котрих немає жодної згадки. Автор рецензії зауважує, що «<...> інформаційні матеріали в покажчику доповнені й систематизовані <...> Сергієм Гордєєвим», «біблі-

ографічний покажчик – багаторічна праця автора», «на науковій розробці С. Гордєєва подаються посилання в його новій книзі [тобто бібліографічному покажчику – *Є. Т.*], «інтерес викликає розділ книги <...>», «брав участь автор книги». Як результат цих «документознавчих» досліджень подано таку фразу: «Якби мені [авторові рецензії – *Є. Т.*] в руки попався такий каталог, то, використовуючи всю подану Сергієм Гордєєвим інформацію, давно б став професором» (Анничев, 2018, с. 11). Наприкінці рецензії автор висловлює жаль, оскільки на той час «покажчик» [лапки автора рецензії – *Є. Т.*] ще не укладено.

Отже, мистецька й бібліографічна спільноти схвально оцінили новий бібліографічний покажчик як важливу працю, але, на наш погляд, не лише самих осіб, котрим присвячені видання, а досвідчених фахових і відданих професії спеціалістів-бібліографів.

Насамкінець хочеться побажати в наступних роках колективі довідково-бібліографічного відділу бібліотеки ХДАК нових трудових досягнень, плідних результатів і бібліографічних покажчиків, позаяк гідних персон у штаті ХДАК чимало.

Список посилань

- Анничев, А. (2018 г., 23 октября). О сколько нам открытий чудных готовит просвещения дух! *Время*, с. 11.
- Гордєєв Сергій Іванович: (до 70-річчя від дня народження, 50-річчя творчої та 40-річчя педагогічної діяльності): біобібліографічний покажчик. (2018). С. В. Євсеєнко, О. М. Левченко, О. С. Хижна, Т. О. Шикаленко (Укл.). Т. О. Шикаленко (Наук. ред.). Міністерство культури України, Харківська державна академія культури, Бібліотека. Харків: ХДАК.
- Кушнарєнко, Н. та Євсеєнко, С. (2016). Біобібліографічні покажчики як засіб формування позитивного іміджу освітньо-наукового закладу. *Вісник Книжкової палати*, 9, 48–52.

References

- Annichev, A. (2018, October 23). What a lot wonderful discoveries enlightenment spirit is preparing for us! *Vrema*, p. 11. [In Russian].
- Gordeyev Sergey Ivanovich: (to the 70th anniversary of his birth, 50th anniversary of the creative and 40th anniversary of pedagogical activity): biobibliographical index. (2018). S. V. Evseenko, O. M. Levchenko, O. S. Hyzhna, T. O. Shykalenko (Compl.). T. O. Shykalenko (Scientific ed.). Ministry of Culture of Ukraine, Kharkiv State Academy of Culture, Library. Kharkiv: KhSAC. [In Ukrainian].
- Kushnarenko, N. and Yevseyenko, S. (2016). Bibliographic indicators as a means of forming a positive image of an educational and scientific institution. *Bulletin of the Book Chamber*, 9, 48-52. [In Ukrainian].

Надійшла до редколегії 28.01.2019 р.

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕННЯ АВТОРСЬКИХ ОРИГІНАЛІВ ДЛЯ НАУКОВИХ ЗБІРНИКІВ ТА УМОВИ ЇХ ОПУБЛІКУВАННЯ

Статті, які подаються до публікації в збірнику, приймаються українською та англійською мовами, готуються автором у двох форматах: надрукований на принтері текст і текстовий файл у форматі «.doc», «.rtf» на електронному носіїві (USB-накопичувач «флешка») або надсилаються електронною поштою.

Зміст має відповідати профілю збірника.

Рукопис подається в 1 примірнику, надрукованому на папері з однієї сторони аркуша (формат А4).

Обсяг статті зі списком літератури має становити 0,5 друк. арк., тобто 12 стор. тексту, надрукованого через 1,5 інтервали. Розмір шрифту — 14. Шрифт «Times». Береги по 20 мм.

У текстовому файлі таблиці та формули виконуються інструментами MS Word. Схеми, графіки, ілюстрації тощо — у форматі сторінки А5. Ілюстрації подаються також окремими файлами у форматах «.jpg» або «.tif», з роздільною здатністю не нижче 300 dpi. У збірнику публікуються монохромні ілюстрації, кольорові рисунки — на сайті.

На першій сторінці статті зазначають **індекс УДК**, **e-mail-адресу**, обов'язково **номер ORCID** (по лівому краю), **ініціали та прізвище автора** в називному відмінку (з нового рядка по правому краю), **науковий ступінь, учене звання, посаду, повну назву організації**, де працює автор, **місто**. Для статей, написаних **українською мовою**, на наступних рядках — назву статті, анотацію, ключові слова *цією мовою*. Далі надають відомості про автора, назву статті, анотацію й ключові слова *російською та англійською мовами*. **Анотації українською та російською мовами** обсягом по 800–900 знаків за змістом мають бути ідентичними. **Анотація англійською мовою** обсягом **1800–2300** знаків надається згідно з вимогами наукометричних систем як структурований реферат, містить такі елементи: актуальність теми, мету, методологію, результати, новизну, практичне значення, висновки. До **англомовних статей** надається **анотація українською мовою** обсягом **1800–2300** знаків разом з ключовими словами.

Основний текст статті повинен мати такі необхідні елементи: постановку проблеми, аналіз останніх досліджень та публікацій, мету статті, виклад основного матеріалу дослідження, висновки, перспективи подальших досліджень. Заголовки підрозділів статті виділяються жирним шрифтом.

Прикінцевий список посилань має бути оформлений відповідно до міжнародного стандарту **APA Style**. Список може містити тільки назви

праць, на які посилається автор. Рекомендовані списки, переліки тощо можуть бути оформлені як додаток (значні за обсягом) чи згадуватися в зносках як уточнення. Назви праць у прикінцевому списку впорядковуються за абеткою. Блок **references** наводиться після списку посилань для введення публікацій до наукового обігу та їх коректного індексування наукометричними системами. З цією метою список посилань перекладається англійською мовою, цитування також слід оформити за міжнародними стандартами. Якщо наукова публікація, на яку посилається автор, має ідентифікатор DOI, його треба зазначити в кінці опису праці.

Статті підлягають редагуванню.

На кожну статтю має бути рецензія, завірена печаткою установи, де працює автор або рецензент статті. Подані до редколегії збірника статті обов'язково рецензуються редакційною колегією та зовнішніми незалежними експертами.

Рукопис авторові не повертається. Умови опублікування платні. Якщо автор не дотримуватиме хоча б одного правила оформлення, стаття не публікуватиметься.

Додаткова інформація розміщена на веб-сайті збірника:

<http://v-khsac.in.ua>

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 Journal

Випуск 54
Issue 54

Редактор
А. А. Троян

Дизайн обкладинки
І. Р. Акмен

Комп'ютерна верстка
І. Г. Колесник

Підписано до друку 02.04.2019 р. Формат 60x84/16.
Гарнітура «Times». Папір для мн. ап.
Ум. друк. арк. 10,81. Обл.-вид. арк. 11,2. Наклад 500 пр. Зам. №

Адреса редакції і видавця:
ХДАК, Україна, 61057, м. Харків, Бурсацький узвіз, 4

Віддруковано в ТОВ «Тім Пабліш Груп»
Україна, 61124, м. Харків, пр. Гагаріна, 129