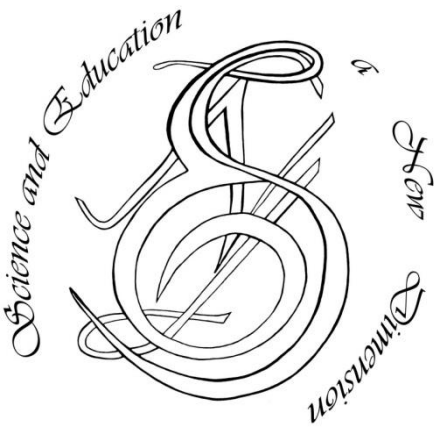
p-ISSN 2308-5258 e-ISSN 2308-1996
Humanities and Social Science, V(19), Issue: 119, 2017

SCIENCE AND EDUCATION A NEW DIMENSION

HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES



www.seanewdim.com

p-ISSN 2308-5258 **e-ISSN 2308-1996**

V(19), Issue 119, 2017

SCIENCE AND EDUCATION A NEW DIMENSION

Humanities and Social Sciences

www.seanewdim.com

Editorial board

Editor-in-chief: Dr. Xénia Vámos

Honorary Senior Editor:

Jenő Barkáts, Dr. habil. Nina Tarasenkova, Dr. habil.

Andriy Myachykov, PhD in Psychology, Senior Lecturer, Department of Psychology, Faculty of Health and Life Sciences, Northumbria University, Northumberland Building, Newcastle upon Tyne, United Kingdom

Edvard Ayvazyan, Doctor of Science in Pedagogy, National Institute of Education, Yerevan, Armenia

Ferenc Ihász, PhD in Sport Science, Apáczai Csere János Faculty of the Universityof West Hungary

Ireneusz Pyrzyk, Doctor of Science in Pedagogy, Dean of Faculty of Pedagogical Sciences, University of Humanities and Economics in Włocławek, Poland

Irina Malova, Doctor of Science in Pedagogy, Head of Department of methodology of teaching mathematics andinformation technology, Bryansk State University named after Academician IG Petrovskii, Russia

Irina S. Shevchenko, Doctor of Science in Philology, Department of ESP and Translation, V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine partment of Psychology, Faculty of Health and Life Sciences, Northumbria University, Northumberland Building, Newcastle upon Tyne, United Kingdom

Kosta Garow, PhD in Pedagogy, associated professor, Plovdiv University „Paisii Hilendarski", Bulgaria

László Kótis, PhD in Physics, Research Centre for Natural Sciences, Hungary, Budapest

Larysa Klymanska, Doctor of Political Sciences, associated professor, Head of the Department of Sociology and Social Work, Lviv Polytechnic National University, Ukraine

Liudmyla Sokurianska, Doctor of Science in Sociology, Prof. habil., Head of Department of Sociology, V.N. Karazin Kharkiv National University

Marian Wloshinski, Doctor of Science in Pedagogy, Faculty of Pedagogical Sciences, University of Humanities and Economics in Włocławek, Poland

Melinda Nagy, PhD in Biology, associated professor, Department of Biology, J. Selye University in Komarno, Slovakia

Alexander Perekhrest, Doctor of Science in History, Prof. habil., Bohdan Khmelnitsky National University of Cherkasy, Ukraine

Nikolai N. Boldyrev, Doctor of Science in Philology, Professor and Vice-Rector in Science, G.R. Derzhavin State University in Tambov, Russia

Oleksii Marchenko, Doctor of Science in Philosophy, Head of the Department of Philosophy and Religious Studies, Bohdan Khmelnitsky National University of Cherkasy, Ukraine

Olga Sannikova, Doctor of Science in Psychology, professor, Head of the department of general and differential psychology, South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushynsky, Odesa, Ukraine

Oleg Melnikov, Doctor of Science in Pedagogy, Belarusian State University, Belarus

Perekhrest Alexander, Doctor of Science in History, Prof. habil., Bohdan Khmelnitsky National University in Cherkasy, Ukraine

Riskeldy Turgunbayev, CSc in Physics and Mathematics, associated professor, head of the Department of Mathematical Analysis, Dean of the Faculty of Physics and Mathematics of the Tashkent State edagogical University, Uzbekistan

Roza Uteeva, Doctor of Science in Pedagogy, Head of the Department of Algebra and Geometry, Togliatti StateUniversity, Russia

Seda K. Gasparyan, Doctor of Science in Philology, Department of English Philology, Professor and Chair, Yerevan State University, Armenia

Sokuriaynska Liudmyla, Doctor of sociological science. Prof. Head of Department of Sociology. V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine

Svitlana A. Zhabotynska, Doctor of Science in Philology, Department of English Philolgy of Bohdan Khmelnitsky National, University of Cherkasy, Ukraine

Tatyana Prokhorova, Doctor of Science in Pedagogy, Professor of Psychology, Department chair of pedagogics andsubject technologies, Astrakhan state university, Russia

Tetiana Hranchak, Doctor of Science Social Communication, Head of department of political analysis of the Vernadsky National Library of Ukraine

Valentina Orlova, Doctor of Science in Economics, Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ukraine

Vasil Milloushev, Doctor of Science in Pedagogy, professor of Departament of Mathematics and Informatics, Plovdiv University „Paisii Hilendarski", Plovdiv, Bulgaria

Veselin Kostov Vasilev, Doctor of Psychology, Professor and Head of the department of Psychology Plovdiv University „Paisii Hilendarski", Bulgaria

Vladimir I. Karasik, Doctor of Science in Philology, Department of English Philology, Professor and Chair, Volgograd State Pedagogical University, Russia

Volodimir Lizogub, Doctor of Science in Biology, Head of the department of anatomy and physiology of humans andanimals, Bohdan Khmelnitsky National University of Cherkasy, Ukraine

Zinaida A. Kharitonchik, Doctor of Science in Philology, Department of General Linguistics, Minsk State LinguisticUniversity, Belarus

Zoltán Poór, CSc in Language Pedagogy, Head of Institute of Pedagogy, Apáczai Csere János Faculty of the Universityof West Hungary

Managing editor:
Barkáts N.

© EDITOR AND AUTHORS OF INDIVIDUAL ARTICLES

The journal is published by the support of Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe

BUDAPEST, 2015

Statement:

By submitting a manuscript to this journal, each author explicitly confirms that the manuscript meets the highest ethical standards for authors and co-authors. Each author acknowledges that fabrication of data is an egregious departure from the expected norms of scientific conduct, as is the selective reporting of data with the intent to mislead or deceive, as well as the theft of data or research results from others. By acknowledging these facts, each author takes personal responsibility for the accuracy, credibility and authenticity of research results described in their manuscripts. All the articles are published in author's edition.

THE JOURNAL IS LISTED AND INDEXED IN:

INDEX COPERNICUS: ICV 2014: 70.95; ICV 2015: 80.87

GOOGLE SCHOLAR

CROSSREF (DOI prefix:10.31174)

ULRICHS WEB GLOBAL SERIALS DIRECTORY

UNION OF INTERNATIONAL ASSOCIATIONS YEARBOOK

SCRIBD

ACADEMIA.EDU

CONTENT

HISTORY……..... 7

Scientific-pedagogical and educational activities J. K. Pachoski
O. Bezlutska……..... 7

Развития детского спорта в Узбекистане за годы независимости (на примере Республики Каракалпакстан)
Хужаниязов Уктам Ешбаевич…… 10

Основные положения программы П. И. Пестеля
Т. В. Кононенко…….. 13

Втрати сакральних пам'яток у Чернівецькій області (друга половина 1940-х – перша половина 1960-х років)
С. А. Мочкін……..... 17

Історичний зміст матеріалів фондової колекції Музею космонавтики ім. С. П. Корольова
О. Ю. Зосімович1, Н. М. Щербакова……... 21

LEGAL SCIENCE…… 25

Новітні аспекти митної політики та митного права в Україні
О. В. Коломоєць…… 25

Правова теорія військового мистецтва: від Стародавнього Риму до початку формування правової ідеї виникнення Армії Євросоюзу
С. М. Кравчук……..... 29

SOCIAL COMMUNICATIONS……..... 32

Основні технології формування аудиторії сучасного радіо
Т. Г. Бондаренко……..... 32

Рекламна комунікація як невід'ємна складова діяльності бібліотек
Т. Д. Булах……..... 36

Організаційні моделі видавництв вищих навчальних закладів в умовах трансформації галузі
Л. В. Давидова……..... 41

Практика залучення користувацького контенту регіональними медіа
С. В. Коваль……..... 47

Соціокомунікаційний проект зі створення консолідованого інформаційного ресурсу невеликого за масштабами міста
Н. Е. Кунанець, Г. І. Липак, О. М. Дуда…….. 51

An impact of Situational crisis-communication theory on the efficiency of investigations in the field of crisis communications
A. P. Kyrychok……..... 55

Українська партійна преса кін. XIX – поч. XX ст. та сучасна – аспект становлення національної самоідентифікації українців
О. Г. Макарчук…….. 59

Тріангуляція як метод забезпечення валідності результатів якісних досліджень
О. В. Ромах……..... 62

Зіставний аналіз етапів становлення і розвитку крос-медіа в Німеччині і Україні
Г. Л. Сарміна……..... 65

Peculiarities of sectoral documents turnover: functional interaction between trade and document communications
E. V. Shevchenko……..... 69

The normative-legal basis for documentation management operation in enterprises
V. G. Sprinsyan..... 72

HISTORY

Scientific-pedagogical and educational activities J. K. Pachoski

O. Bezlutska

Kherson State Maritime Academy, Department of Humanities, Ukraine
Corresponding author. E-mail: Bezlutskaya@ukr.net

Paper received 23.01.17; Accepted for publication 29.01.17.

Abstract. The article is devoted to the scientific and pedagogical and educational activities of Joseph Konradovich Pachoski as a famous naturalist, the author for over 400 papers on Floristic, systematics, Botanic geography, Phytosociology, ecology, entomology, ornithology, nature protection. The role of the researcher in building and development of such institutions as Kherson Provincial Agriculture Vocational School, Kherson Polytechnic Institute, Yurjevskyi Teachers Institute, Poznan University.

***Keywords**: J. K. Paczoski, scientific and pedagogical activities, educational activities, phytosociology, plants morphology, entomology.*

Introduction. Reform of modern Ukrainian education is impossible without learning national and international experience. Today, at the systemic approach to study the history of the Ukrainian sectoral science development, the special attention shall be paid to the transformational processes that took place in the 2nd part of XIX century and the 1st part of XX century.

In should be noted that reconstruction of national and international pedagogical education of the described period will not be complete without specifying the role, the valuable achievements and contribution of its representatives, like Paczoski Joseph Konradovich (1864 – 1942), famous Ukrainian and Polish researcher-naturalist.

The scientific interest and research of J. Paczoski is quite extended and diverse: floristic, systematics, botanic geography, Phytosociology, ecology, entomology, ornithology, nature protection. In each of the field, the researcher had his vision of problems and left his unique contribution. Joseph Paczoski was the author of over 400 papers in botany, entomology, zoology, forestry and horticulture and nature protection. Besides, he is the author of the list in essays, references and overviews.

Among the researcher versatile talent the other features of his personality as a naturalistleft unexplored. In particular, his teaching and educational activities are not studied yet that confirms the ***relevance of current research***.

Short overview of publications under the topic.The diverse activities of Joseph Paczoski was and is a subject of interests for a wide circle of researchers. Thus, his life path and scientific results were studied during his life time by the national (V. Lypskyi, O. Sapegin, O. Ksenzhopolskyi, O. Gauch, B. Hrynevetskyi, M. Kuznyetsov, I. Mamontov, Yu. Filipov, G. Shyryayev, O. Yanata, M. Kotov, Ye. Lavrinenko, G. Poplavska) as well as Polish (V. Slovinskyi, A. Vodzichko) researchers [1]. The fundamental monograph devoted to the life and activities of Joseph Paczoski during the Soviet times was the publication of I. Puzanov and T. Gold "Joseph Paczoski as an outstanding naturalist" [7]. Among the publications of XX – XXI centuries the works of M. Boyko, B. Boreyko, G. Hrebinnyk, K. Lyatovskyi are marked [1].

The aim of the article is to identify the educational and pedagogical heritage and educational activities of Joseph Paczoski.

Joseph Konradovich Paczoski was born on 26 November (old calendar) 1864 in the family of the Polish in Bilogorodka town, Zaslavsky county, Volyn province [4, p. 386]. He started his study at Rivny Vocational School and then at Uman Agriculture and Horticulture Vocational School, however he had not finished none of them and obtained a self-study education at the end. At the same time absence of the diploma did not prevent Joseph Paczoski to demonstrate his skills and to contribute to biology science and transfer his experience to other generations.

The resources analysis allows specifying the following components of Joseph Paczoski pedagogical activities: educational activities that include development of courses in phytosociology, morphology of plants, weed-field grass and practical classes on entomology for future professional in agriculture and botany; lecturing for wider audience from local self-governance; books and learning materials writing for educational institutions.

About the beginning of Joseph Paczoski teaching activities we learn from the content of "Exacting Record for vacation and reward for pedagogical staff, administration, specialists and workers of agricultural technical school for March 1921", completion of it foreseen chronological boundaries of such activities, which was written by the teacher himself. 1888 is marked as a start of J. Paczoski pedagogical activity in this "Record" [11]. It could be assumed that his teaching career had started at the Kyiv University where he worked, however it was impossible to prove such fact.

Next stage of J. Paczoski pedagogical activity was linked with the faculty of botany at experimental botanic station and agriculture school in Dublyany and started in 1895, though his work at the position of the mentioned chair assistant was not long-term and lasted only for 2 years.

After eight years break J. Paczoski came back to his teaching activities in 1905 when he moved to Kherson. Staring from June 1905, every day he performed practical classes for 2nd course students of Kherson Provincial Agriculture Vocational School. During his entomology classes, which had become regular since then, Joseph Paczoski strived that his students learnt thoroughly and comprehensively the lecture materials [6, p.10]. He seemed to involve students into the science creation, acquainted them with famous research methods. From his expeditions he brought materials for the practical classes on entomology. J. Paczoski performed his lectures constantly at the courses for agronomists, agriculture field workers. Unfortunately, his achievements in this direction had been forgotten at all.

 ©|*O. Bezlutska 2017*

The researcher performed his educational and pedagogical activities at the nature and history museum as a head of it. Willing to help students, young researchers to learn the harmful insects J. Paczoski taught them the technique and methodology of the field research. The former head of the Polish Entomology Community Kostyantyn Vatslavovych Stravinskyi worked with J. Paczoski at the Kherson Nature and History Museum when he was a pupil and then a student (1910 – 1916). He remembered that together with Joseph Paczoski they were often at the expeditions to collect insects and plants, and they often hunting.

In addition, Joseph Paczoski took active part in the establishment of teaching and research activities at the Kherson Polytechnic Institute. During 1918 – 1919 the researcher had worked as a professor and taught the many natural science disciplines. In 1918 at the agronomy faculty of the Institute, J. Paczoski lectured the course on phytosociology and was the first in the world [12].

Absence of the students' books in morphology of plants made J. Paczoski to develop learning materials. The 1st edition of "Plants Morphology" (coursed at Kherson Polytechnic Institute) was published in 1919, followed by another edition in 1920. Yu. Kuznetsov, a professor at Yuryivskyi University evaluated this book as a high quality. He highlighted "…it is not a descriptive morphology or organography, which we met in many books and guidelines, it is a philosophically well-thought course of morphology, where one can follow the evolution of the planet organisms from the beginning and up to the end" [3, p. 37].

In view that botany was taught at different faculties at the same time at different fields of knowledge, the researcher had to integrate the course of morphology for agronomists and a general course on botany for other faculties. He managed it via representation of knowledge in plants' forms development in correlation with their vital revelations.

Teaching role of "Plants Morphology" shall be highly evaluated. The book is comprehensive for young botanists. The plants' morphology basics are specified shortly but clearly. Terminologies, describing the plants, are defined. Detailed description of each plant is interesting even for nowadays.

Understanding of J. Paczoski as a teacher shall be learnt from his students' memories. We see the image of a researcher and teacher who had an objective to be useful and helpful to his students with his skills and experience. He considered teaching as a key path to this objective.

Students regularly attended Joseph Paczoski's classes, listened to them from the beginning and up to the end. The lectures were very interesting and content wise. His students always were convinced that he had deep knowledge of botany, entomology, phytosociology. All who listened to Joseph Paczoski highlighted that he spoke simple but definitely. It was easy and pleasant to listen to his lectures.

In 1921 the students committee of the agriculture technical school edited the book of their teacher Joseph Paczoski "The basics of Phytosociology" (the lecture course of agriculture faculty of the former Kherson Polytechnic Institute in 1919 – 1920). It is clear that Joseph Paczoski had started writing this book not by chance but due to the fact that it was extremely needed. This book was a bibliographic rarity and testified that at those times Joseph Paczosk had a systematic view on learning subjects and other years he only polished and added new data, adjusted approaches, modernized teaching methodologies. To confirm that demand for the mentioned book was a petition: "The Council of Agriculture Faculty of Kherson Agricultural Technical School informs you that Joseph Paczoski's course "Plants' Phytosociology", partly published by the Students Committee of this faculty, are really on demand by 200 students" [9].

"The Basics of Phytosociology" was highly evaluated by the public and researchers. Our acquaintance with the book verified that it is a sample of highly-professional and logical book for students. From O. Oksner's point of view Joseph Paczoski's book included many interesting parts. Outstanding new facts from the author's personal observation over flora, mixed with everlasting classical examples in ecology that was taken mostly from far countries [5,p. 73].

The next publication for the students of the specialized educational institutions was "Lectures on Weed-field Plants" (1922). This course was published firstly in 1922 in Kherson as a popular brochure (for intelligent proprietor) under the title: "Combatting the weeds" and included the references for new literature. The book was written in a comprehensive way and has a conspectus character for easy reading. Contemporaries of Joseph Paczoski characterized it positively. The negative part was only a small edition of publications of 500 units that made it a bibliographical rarity [2, p. 131]. It is important to mention that literate approach to the learning materials using scientific and pedagogical achievements of that period stated the high psychological and pedagogical erudition of Joseph Paczoski.

In parallel to Kherson Agricultural Vocational School Joseph Paczoski lectured at the Institute of People's Education [8]. In "Exacting Record for vacation and reward for pedagogical staff, administration, specialists and workers of agricultural technical school for March 1921" it was specified that Joseph Paczoski was a teacher of botany at pedagogical institute, was a manager of the botanic cabinet [8]. In "Exacting Record for five years awarding for teachers of Yuryivskyi teachers institute in August 1919" it was stated: "11. Paczoski for 5 lessons. Key wages is 166,66 (freelancer teacher)" [10].

Joseph Paczoski continued teaching when moved to Poland in 1923.

In 1925 Joseph Paczoski worked as a head of chair for systematics and plants'geography, as a professor of systematics and sociology of plants at Poznan University of mathematic-nature faculty (combining work at Bilovezhska pushcha). On 25 June 1926 for his outstanding scientific achievements Joseph Paczoski was awarded a researcher title of "doktora filozofii honoris causa" [13].

On August 3, 1931 the rescript of the Minister WRIOP the sanation government fired the professor from the head of the chair position "based on so called Brest manifest, motivating that he broke the age limit (he was 66 years old)". The chair was closed and its personnel was included into the chair of botany. The researcher stayed at the chair as a senior specialist: performed classes for students and researching [14].

In 1938 after support of university staff, especially A.Wodziczko, Joseph Paczoski had entitles the pension and was awarded a professor emeritus status of Poznan University.

Conclusions: As a matter of fact, one shall state that scientific and pedagogical interests of Joseph Paczoski were wide and diverse. After his death (February 14, 1942)

the outstanding researcher had left to generations a huge creative heritage, filled with original thoughts, ideas, conclusions, facts that are still relevant to the problems of the modern biology. The Paczoski's collections of herbarium lists retained at Kherson Nature and History Museum, Odessa I. I. Mechnikov National University, Institute of Botany named after M. Kholodnyi National Academy of Sciences of Ukraine, former Simferopol State University, and Saint Petersburg Botanic Garden, Bilovezhskay Pushcha Museum, Poznan University and many others, the students, researchers and citizens have been interested in them.

The performed research study does not analyzed the whole scientific and pedagogical heritage and educational activities of Joseph Paczoski however it challenges the attempt of a comprehensive analysis. As a result, the topic under research is still relevant and requires further more in-depth study.

ЛИТЕРАТУРА

1. Безлуцька О. П. Діяльність Й. К. Пачоського в контексті розвитку біологічної науки (остання чверть XIX – перша половина XX століть) : Монографія / Олена Безлуцька – Херсон : Айлант, 2014. – 195 с. іл.
2. Котів М. Пачоский И. К. Лекции о сорно-полевой растительности / М. Котів // Вісник сільського-господарської науки, 1923. – Т. II. – Вып. 3 – 4. – С. 131.
3. Кузнецов Н. Обзор 25-летней деятельности Ботанического отделения С.-Петербургского общества естествоиспытателей по фитогеографии России / Н. Кузнецов // Обзор деятельности С.-Петербургского общества естествоиспытателей за первое двадцатилетие его существования: 1868 – 1893. – СПб., 1893. – С. 36 – 66.
4. Липский В. И. Биография и литературная деятельность ботаников и лиц, соприкасающихся с Императорским Ботаническим Садом / Владимир Ипполитович Липкий // Императорский С.-Петербургский Ботанический Сад за 200 лет его существования (1713 – 1913). – Петроград, 1915. – Ч. 3. – С. 474 – 479.
5. Окснер А. Пачоский И.К. Основы фитосоциологии / А. Окснер // Укр. бот. журн., 1924. – Т.II – С. 72 – 73.
6. Пачоский И. К. Обзор врагов сельского хозяйства Херсонской губернии и отчет губернского энтомолога за 1905 г. / Иосиф Конрадович Пачоский. – Херсон : Тип. О. Д. Ходушиной, 1905. – 12 с.
7. Пузанов И. И., Гольд Т. М. Выдающийся натуралист Пачоський [1864 – 1942] / И. И. Пузанов, Т. М. Гольд. – М. : Наука, 1965. – 86 с.
8. Список Преподавателей Херсонского с.х. Техникума с указанием учебных заведений в которых они преподают кроме с.х. Техникума. – ДАХО. – Ф. р 413. – Оп. 1. – Спр. 49. – Арк. 265.
9. Телеграмма Сельскохозяйственного техникума В ПРОФОБРАЗ.–ДАХО. – Ф. р 413. – Оп. 1. – Спр. 49. – Арк. 219.
10. Требовательная ведомость на выдачу пятилетних прибавок преподавателям Юрьевского учительского института за август месяц 1919 года. – ДАХО. – Ф. 15. – Оп. 1. – Спр. 4. – Арк. 6 – 8.
11. Требовательная ведомость на отпуск и выдачу премии педагогическому персоналу, администрации, служащим и рабочим Техникума за март 1921 г. – Державний архів Херсонської області. – Ф. 413. – Оп. 1. – Спр. 49. – Арк. 283.
12. Ушкаренко В. А. Херсонский государственный аграрный університет : (1874-1999): Исторический очерк / В. А. Ушкаренко, Т. Д. Мартынова. – Херсон: Айлант, 1999. – 180 с.
13. Jozef Poezoski w senta Roeznice Urodzin red. / [Z. Czubincki]. – Poznan : Univ. im. Adama Mickiewicza, 1967 – 107 Str.
14. Slawinski W. Profesor Jozef Paczoski i fitosocjologia / W. Slawinski // Przeglad lesniczy, 1927. – t. 2. – S. 5 – 12.

REFERENCES

1. Bezluc'ka O. P. Dijal'nist' J. K. Pachos'kogo v konteksti rozvitku biologichnoї nauki (ostannja chvert' HIH – persha polovina HH stolit') : Monografija / Olena Bezluc'ka – Herson : Ajlant, 2014. – 195 s. il.
2. Kotiv M. Pachoskij I. K. Lekcii o sorno-polevoj rastitel'nosti / M. Kotiv // Visnik sil's'kogo-gospodars'koї nauki, 1923. – T. II. – Vyp. 3 – 4. – S. 131.
3. Kuznecov N. Obzor 25-letnej dejatel'nosti Botanicheskogo otdelenija S.-Peterburgskogo obshhestva estestvoispytatelej po fitogeografii Rossii / N. Kuznecov // Obzor dejatel'nosti S.-Peterburgskogo obshhestva estestvoispytatelej za pervoe dvadcatiletie ego sushhestvovanija: 1868 – 1893. – SPb., 1893. – S. 36 – 66.
4. Lipskij V. I. Biografija i literaturnaja dejatel'nost' botanikov i lic, soprikasajushhihsja s Imperatorskim Botanicheskim Sadom / Vladimir Ipolitovich Lipkij // Imperatorskij S.-Peterburgskij Botanicheskij Sad za 200 let ego sushhestvovanija (1713 – 1913). – Petrograd, 1915. – Ch. 3. – S. 474 – 479.
5. Oksner A. Pachoskij I.K. Osnovy fitosociologii / A. Oksner // Ukr. bot. zhurn., 1924. – T.II – S. 72 – 73.
6. Pachoskij I. K. Obzor vragov sel'skogo hozjajstva Hersonskoj gubernii i otchet gubernskogo jentomologa za 1905 g. / Josip Konradovich Pachoskij. – Herson : Tip. O. D. Hodushinoj, 1905. – 12 s.
7. Puzanov I. I., Gol'd T. M. Vydajushhijsja naturalist Pachos'kij [1864 – 1942] / I. I. Puzanov, T. M. Gol'd. – M. : Nauka, 1965. – 86 s.
8. Spisok Prepodavatelej Hersonskogo s.h. Tehnikuma s ukazaniem uchebnyh zavedenij v kotoryh oni prepodajut krome s.h. Tehnikuma. – DAHO. – F. r 413. – Op. 1. – Spr. 49. – Ark. 265.
9. Telegramma Sel'skohozjajstvennogo tehnikuma V PROFOBRAZ. – DAHO. – F. r 413. – Op. 1. – Spr. 49. – Ark. 219.
10. Trebovatel'naja vedomost' na vydachu pjatiletnih pribavok prepodavateljam Jur'evskogo uchitel'skogo instituta za avgust mesjac 1919 goda. – DAHO. – F. 15. – Op. 1. – Spr. 4. – Ark. 6 – 8.
11. Trebovatel'naja vedomost' na otpusk i vydachu premii pedagogicheskomu personalu, administracii, sluzhashhim i rabochim Tehnikuma za mart 1921 g. – Derzhavnij arhiv Hersons'koї oblasti. – F. 413. – Op. 1. – Spr. 49. – Ark. 283.
12. Ushkarenko V. A. Hersonskij gosudarstvennyj agrarnyj universitet : (1874-1999): Istoricheskij ocherk / V. A. Ushkarenko, T. D. Martynova. – Herson : Ajlant, 1999. – 180 s.

Научно-педагогическая и просветительская деятельность И. К. Пачоского

Е. П. Безлуцкая

Херсонская государственная морская академия, кафедра гуманитарных дисциплин

Аннотация: Статья посвящена научно-педагогической и просветительской деятельности известного натуралиста, автора более 400 трудов по флористике, систематике, ботанической географии, фитосоциологии, экологии, энтомологии, орнитологии, охране природы Иосифа Конрадовича Пачоского. Освещена роль ученого в становлении и развитии таких учебных заведений как Херсонское земское сельскохозяйственное училище, Херсонский политехнический институт, Юрьевский учительский институт, Познаньский университет.

Ключевые слова: *И. К. Пачоский, научно-педагогическая деятельность, просветительская деятельность, фитосоциология, морфология растений, энтомология.*

Развития детского спорта в Узбекистане за годы независимости (на примере Республики Каракалпакстан)

Хужаниязов Уктам Ешбаевич

Нукусский государственный педагогическийинститут имени Ажинияза г. Нукус, Каракалпакстан, Республика Узбекистан

Paper received 02.02.17; Accepted for publication 10.02.17.

Аннотация. В статье описываются коренные изменения в развитии детского спорта в Каракалпакстане за годы независимости. Приводятся факты заботы государства о нем. По постановлению Первого Президента Республики Узбекистана начались крупные строительные работы по возведению спортивных школ, спортивных залов и музыкальных школ. Часть этих сооружений была построена в столице Каракалпакстана в городе Нукус и в отдаленных районах как в Муйнакском, Кунградском, Шуманайском, Тахтакупырском, Чимбайском, Турткульском, Амударьинском, элликкаинском, Берунийском и.т.п. районах. В этих спортивных сооружениях наряду с мальчиками занимаются сельские девчонки. Раньше девчонки мало посещались к спортивным кружкам. Развитие женского спорта и её популяризации является несомненным успехом независимого Узбекистана. Также здесь освещаются практические меры по реализации государственных программ в Каракалпакстане по этому поводу. Здесь констатируется наряду со строительством спортивных сооружений и оснащение их нужными спортивными инвентарями. Кроме того отмечается, что все эти мероприятие являются позитивными плодами независимого Узбекистана. Ибо раньше в командно-административном режиме ни государства, ни руководящие органы не заботились о подрастающем поколении как сейчас. В статье показано, что эти положительные нововведение даст толчок в жизни подрастающего поколения и вдохновляет их к новым подвигам. В конце статьи приводятся цифры участвующих ребят в детском спорте.

Keywords: *Independence, children's sport, sport schools, fund, woman's sport.*

Историческое развитие, смена поколений, их рост с экономической, политической, духовно- просветительской точки зрения происходит за счет социального совершенствования и связана со степенью всестороннего совершенства, развития будущего поколения, способной продвинуть общество вперед. Любое общество, желающее увидеть свое будущее полным во всех отношениях, светлым и благоустроенным, всегда заботится о воспитании достойной замены, отвечающих современным требованиям, физически развитых, духовно сознательных, активных. Потому что, без этого невозможно обеспечить продвижение общества вперед, развитие, экономическое, политическое совершенство, достойное место в мировом сообществе.

Кроме этого, в народе бытует мнение: «В здоровом теле – здоровый дух». Учитывая все это, Первый Президент нашего государства уже в первые годы Независимости отнесся к воспитанию физически здоровых, духовно совершенных, сознательных и активных членов общества - наследников Узбекистана как делу первостепенной государственной важности. В качестве яркого доказательства этого можно указать на ряд мероприятий, направленных на развитие детского спорта в годы Независимости, пропаганду здорового образа жизни среди них. Были приняты Указ Первого Президента Республики Узбекистан «О создании фонда развития детского спорта Узбекистана» от 24 октября 2002 года, Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «Об организации деятельности фонда развития детского спорта при министерстве Народного образования Республики Узбекистан» от 29 августа 2004 года, выполняются большие созидательные работы в этой отрасли. На сегодняшний день выполняются широкомасштабные работы в отрасли физического воспитания и спорта, особенно, в еще большем развитии детского спорта, в каждом городе и селе строятся оборудованные всем необходимым инвентарем спортивные площадки, сооружения и комплексы, отвечающие всем современным требованиям. За годы Независимости этой отрасли обращено особое внимание, укреплена её материально-техническая база, по стране возведены более 1 тысячи 200 новых спортивных сооружений и в них созданы все условия для систематических занятий различными видами спорта более 260 детей[1, с. 191]. Изучение с точки зрения подобных обновлений и инициативности в жизни общества является абсолютно актуальной в новейшей истории Узбекистана.

По региональной программе 2004 года Каракалпакского филиала фонда развития детского спорта Узбекистана: было выделено 152,2 млн сумов для Детского спортивного комплекса I типа в ССГ «Ўрта қалъа» Амударьинского района, строительной организацией подрядчиков МЧЖ "МПМК" успешно завершены строительные работы и он приказом № 389 от 2004 года хакимията Амударьинского района передан балансу отдела Народного образования Амударьинского района и в нем организованы секции по таким видам спорта как футбол, баскетбол, волейбол, шахматы, настольный теннис, тяжелая атлетика [2, с.7].

Согласно распоряжению № Р-2415 Президента Республики Узбекистан «Об утверждении сметы расходов фонда развития Детского спорта и региональной программы строительства детских спортивных объектов на 2016 год» от 31 декабря 2005 года по региональной программе фонда развития Детского спорта при министерстве Народного образования Республики Каракалпакстан на 2006 год при школе № 67 Берунийского района проделаны на 175 млн сумов строительные работы на Детском спортивном комплексе V типа и фондом развития Детского спорта Республики Каракалпакстан он оборудован спортивным инвентарем на 12,5 млн сумов.

На реконструкцию детских спортивных площадок в Тахтакупырском и Турткульском районах выделено по 25 млн сумов на каждую.

А также, на «Бассейне» «Дома милосердия» №1 Ходжейлийского района проделаны строительные работы на 90 млн сумов. По региональной программе на 2007 год на реконструкцию Детской и юношеской

 ©|*Khujaniyazov Uktam Yeshbaevich 2017*

школы №3 города Нукус выделено 30,0 млн сумов. Кроме этого, фондом выделены необходимые средства на реконструкцию спортивных сооружений и приобретение спортивного инвентаря в Кегейлийском, Туртульском, Ходжейлийском,Чимбайском, Шуманайском, Элликкалинском районах и розданы спортивные формы и сумки детям из малообеспеченных семей из всех городов и районов Республики [2, с. 9].

На основании Постановления Президента Республики Узбекистан ПК- 1500 от 10 марта 2011 года в региональную программу фонда развития Детского спорта по Республике Каракалпакстан включены всего 15 объектов, из них 7 на строительные работы новых спортивных сооружений, 5 на строительство спортивных залов при школах и 3 на капитальный ремонт школ и все они выполнены. В том числе построены Детская школа музыки и искусства №13 Шуманайского района, Детский спортивный комплекс V-типа Канлыкульского района, детские спортивные площадки «Гулистан» Кунградского района, "Кызыл уй" Кегейлийского района, «Акшакуль» Элликкалинского района, «Сомонкуль» Ходжейлийского района и «Узункуль» Нукусского района. Закончено строительство спортивных залов при школах №26 города Нукус, №26 Элликкалинского района, №7 Шуманайского района, №9 Берунийского района, №12 Турткульского района. Кроме этого, выполнены реконструкции Детских музыкальных школ №2 Муйнакского района, №15 Нукусского района и №20 Кегейлийского района. На эти работы Узбекистанским фондом развития Детского спорта выделены 5460,0 млн сумов, его Каракалпакским филиалом 6589,2 млн сумов [3, с. 3].

За последние 8 лет фондом развития Детского спорта сданы в эксплуатацию 100 спортивных объектов, музыкальных и художественных школ. Из них 62 школьных спортивных залов, 1 закрытый бассейн, 2 школы музыки и искусства построены заново, 3 школы музыки и искусства , 24 спортивных площадок и объектов реконструированы. На строительные и реконструкционные работы Узбекским фондом развития Детского спорта выделено 17 миллиардов 343 миллионов сум, Каракалпакским филиалом фонда 2 миллиарда 821 миллионов сумм, всего выделено 20 миллиардов 214 миллионов сум. Также, спонсорскими организациями в школе Олимпийских резервов по курашу в Нукусе были проведены реконструкционные работы на 250 миллионов сум и она обеспечена новым спортивным инвентарем [4, с. 3].

В 2014 году фондом выполнены 4 новых строительства, 1 реконструкция, 1 капитальный ремонт и построены 5 спортивных залов при школах [5, с. 4].

Если раньше молодежь Каракалпакстана больше занимались таэквондо, карате, боксом, то сегодня с каждым годом растет количество занимающихся такими видами спорта, как художественная гимнастика, плавание, синхронное плавание, настольный теннис, баскетбол, волейбол, ручной мяч, легкая атлетика, академическая гребля, спортивная гимнастика. Если в 2003 году молодежь Каракалпакстана занималась 8 видами спорта, то сегодня они занимаются более 30 видами спорта. Особенно, быстрыми темпами растет количество занимающихся спортивной гимнастикой. Если в начале секции художественной гимнастики были организованы только в Нукусе, Тахиаташе и Кунградском районе, то на сегодняшний день они организованы во всех районах республики. За последние два года количество занимающихся художественной гимнастикой увеличилось в 3,5 раза и достигло 1500. Секретам художественной гимнастики обучают 11 тренеров с высшим образованием, 28 тренеров со средним специальным образованием, прошедшие спецсеминары в городах Ташкент и Нукус. Со средств фонда развития детского и юношеского спорта художественные гимнасты обеспечены инвентарем на 64, 0 миллиона сумов [4, с. 3]

Разработан четкий план по умножению новых видов спорта, положительно влияющих на здоровье девушек в Республике Каракалпакстан и развитие их физической культуры, открытию дополнительных спортивных секций. Согласно плану, 24292 девочкам-учащимся 6-18 лет, занимающимся в отдаленной сельской местности спортивными и оздоровительными занятиями, от имени Президента Республики Узбекистан были выданы спортивные формы. Если к 2011 году в 4235 секциях по 31 виду спорта, организованных в образовательных учреждениях, 94848 учащихся систематически занимались спортом, то 32558 из них составляют девочки. Если в спортивных соревнованиях "Умид ниҳоллари-2011", проходивших в Нукусе 7-11 января 2011 года среди школьников 5-7 классов принимали участие 1796 школьников, то 736 из них составляли девочки. 12-13-января 2011 года проводились спортивные соревнования по волейболу, настольному теннису, шахматам и шашкам среди учителей, посвященные Дню защитников Родины. В соревнованиях приняли участие 450 учителей и тренеров, из них 211 женщины. 3-6-мая 2011 года, на «Специальной Олимпиаде»Узбекистана, проходившей в Ташкенте, на соревнованиях по футболу среди девочек приняли участие и заняли призовые места 9 спортсменок, 1 тренер, 1 представитель- всего 11 участников [2, с. 4].

В развитии спорта спортивные школы занимают особое место. На сегодняшний день в министерстве Народного образования Республики Каракалпакстан функционируют 30 детских и юношеских спортивных школ. Одна из таких школ расположена в городе Нукус. Сданная в эксплуатацию в декабре 2006 года детская и юношеская спортивная школа за короткий период подготовил победителей не только в Узбекистане и Каракалпакстане, но и в Международных турнирах и соревнованиях. Например, на чемпионате мира по карате-до, проходившем в 2009 году в столице Японии Токио, Ибрагимов Алибек занял второе место, на Международном турнире по борьбе дзю-до, проходившем 13-16 февраля 2010 года, Ерекеева Гульжахон заняла второе место, на чемпионате Узбекистана по каратэ, проходившем 12-14 марта 2010 года, Ибрагимов А., Кутлимуратова А., Сексенбаева С., Досимбетов Н. В своих весовых категориях заняли первые места, на соревнованиях по каратэ-до, проходивших 30 июля-1 августа 2010 года в Турции, Кайпанов Г занял второе место, на мировом чемпионате по каратэ-до, проходившем 11-17 октябрь 2010 года в

Кипре, Аллашева Н. и Абдижаббарова М заняли вторые места. Такие школы действуют не только в городах, но и в одном из отдаленных уголков республики – Муйнакском районе. В Муйнакской районной Детской и юношеской спортивной школе сегодня занимаются спортом 1195 ребят, в том числе 505 девочек. Они занимаются женскими видами спорта. Фондом развития Детского спорта для детской и юношеской школы было приобретено спортивного инвентаря на 16 млн 948 тысяч сум. На Международных соревнованиях по боксу, проходивших в Республике Казахстан, заняли первое место А.Шарипов, второе место Б.Койшыгулов, третье место А.Садыков [6, с.4]. На соревнованиях по боксу среди юниоров, проходивших в 2010 году в Нукусе, Р Есемуратов занял первое место, а Р.Утегенов – второе. Успешное участие воспитанников районной Детской и юношеской спортивной школы в первенстве Узбекистана по национальной борьбе кураш, проходившем в Бухаре, является плодом созданных благоприятных условий. Спортсменки Н. Аяпова, Р. Атамуратова, Г. Ибрагимова ва Д. Калилаева, успешно выступающие в составе сборной команды по волейболу, тоже выросли в Муйнакском районе.

Сегодня спортивная молодежь Каракалпакстана и физически и интеллектуально совершенствуется, участвует в международных соревнованиях и турнирах, в которых добиваются больших успехов. За последние восемь лет молодые спортсмены Каракалпакстана на международных турнирах и соревнованиях завоевали 40 золотых, 42 серебряных и 40 бронзовых медалей [4, с. 3]

Все эти достижения являются ярким доказательством широких возможностей, которые дала Независимость, а также результатом политики Президента и правительства, которая возвела Детский спорт в ранг государственной политики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бекмурадов А. Ш., Мажидов И. У., Гафуров У. В.,Мустафакулов Ш. И. Великая и святая, независимая Родина. – Т.: Издательство «Ўқитувчи». 2011. С. 191.
2. Жаниев С. Детский спорт: будущее страны в руках здорового поколения.// Еркин Каракалпакстана. – 2011 – №42 – С.4
3. Калбаев Б. Развитие Детского спорта – основная задача. //Учитель и непрерывное образование. –2008. – №1 – С.7
4. Калбаев Б. Детский спорт: будущее страны в руках здорового поколения. // Еркин Каракалпакстана. – 2011. – №42. – С. 3.
5. Посвящается развитию Детского спорта. //Культура и спорт. – 2011. – №12. –С. 3.
6. Реймов Р. Народное образование в годы Независимости.// Қорақалпоғистон тонги. – 2011. – № 56. – С.4.

REFERENCES

1. Bekmuradov A.Sh., Majidov I.U., Gafurov U.V., Mustafakulov Sh. I. The Great and Holy, Independent Fatherland.- T. Publishing office “Ukituvchi”.2011. p 191
2. Janiev S.Children’s Sport : the future of the country is young generations’ hands.// Erkin Karakalpakstan. -2011. #42. -4
3. Kalbaev B. The Development of Children’s Sport – the Main Tasks.// Teacher and Education. -2008. #1 p7.
4. Kalbaev B. The Children’s Sport: the future of the country is young generations’ hands. // Erkin Karakalpakstan. -2011. #42 p3.
5. Dedicated to the Development of the Children’s Sport // Culture and Sport. -2011. #12. P3.
6. Reymov R. Public Education in the Years of Independence. // Karakalpakstan Tongi. 2011. #56 P4

The development of Children’s sport in the years of Uzbekistan’s Independence (on the bases of Karakalpak Republic)
Khujaniyazov Uktam Yeshbaevich

Abstract. The given article deals with fundamental changes in the development of children sport in Karakalpakstan during the Independence years. It was started large-scale of operations of building sport schools, sport halls, and musical schools. Some part of these building were built in Nukus, capital of Karakalpakstan and also in distant regions like Muynak, Kungrad, Shumanay, Takhtakopir, Chimbay, Turtkul, Amudarya, Ellikqala, Beruniy and others. There were trained either boys or girls. Before now girls were not involved in the sport clubs. Development of women sport and popularization were obvious success of Uzbekistan’s Independence. It was depicted all practical measures on realizing State program learned topic in Karakalpakstan. Along with building sport constructions there were established sport equipments. Furthermore, all these measurements can be positive product of Independent Uzbekistan. Previously, neither authority nor government took care of teenager as nowadays. It is given in the article that these kind of innovations will stimulate and encourage our teenager to new feats in their life. At the end of the article there is given statistic information about children’s participation in sport.

Keywords: *Independence, children’s sport, sport schools, fund, woman’s sport.*

Основные положения программы П. И. Пестеля

Т. В. Кононенко

Донецкий юридический институт МВД Украины, Кривой Рог, Украина
Corresponding author. E-mail: kononenko_tv_2010@mail.ru

Paper received 24.01.17; Accepted for publication 01.02.17.

Аннотация. Данная статья посвящена одному из идеологов декабристского движения – П.И. Пестелю. Разграничиваются устный, радикальный, и письменный, либеральный, варианты программы декабриста. Исследуются проблемы цареубийства, диктатуры Временного Верховного правительства и республики, которые выступают гарантом окончательной победы, смены существующего строя и будущих преобразований. Анализируется проект централизованного государства, жесткой вертикали власти с тотальным контролем всех сфер жизнедеятельности.

Ключевые слова: *декабризм, власть, государство, цареубийство, диктатура Временного Верховного правительства, республика.*

Одним из ярких представителей декабризма является П.И. Пестель. Во всех тайных обществах он выступает своеобразным катализатором, постоянно поддерживает и активизирует Союз Спасения, Союз Благоденствия, Северное и Южное общества. Смыслом его жизни становится разработка комплекса реформ и написание конституции.

В начальный период декабриста более интересуют административная, судебная и военная реформы. Со временем главным становится вопрос власти, политическая реформа. Однако именно в решении этого вопроса П.И. Пестель демонстрирует непоследовательность и нерешительность. Очевидно, что это обусловливается маргинальным положением декабристов. С одной стороны, они фактически покидают свою социальную группу, нацеливаются на захват власти, смену политического, экономического и социального устройства, с другой стороны, испытывают страх перед революцией, понимают неосуществимость своих истинных планов.

Целью нашей статьи является анализ программы П.И. Пестеля, разграничение ее устного, радикального, и письменного, либерального, вариантов.

Актуальность данной работы обусловлена, в первую очередь, интересом к отечественной истории, отечественной общественной мысли. Научно-практическое значение проблемы декабристского движения видится нам в изучении опыта борьбы идеологов декабризма и их идей. В конечном итоге эта проблематика трансформируется в одну из дискуссионных проблем – о роли личности в истории.

В среде научно-исследовательской литературы мы выделяем работы Н.М. Дружинина (история революционного движения), С.С. Ланды (формирование идеологии и политической организации декабристов), Ю.М. Лотмана (декабрист как исторический тип), М.В. Нечкиной (систематизация истории декабризма), А.А. Покровского (археографический анализ комплекса «Русской Правды»), Б.Е. Сыроечковского (история создания «Русской Правды»). Историю декабризма в Украине исследуют Г.Д. Казмирчук и Ю.В. Латиш. Вопросы республиканской формы государственного правления находятся в центре внимания Ж. Грандей и С. Ребоу-Эдлинг.

Как правило, с именем П.И. Пестеля связывают идеи цареубийства, истребления всей царской семьи, диктатуры Временного Верховного правительства и республики. Очевидно, что данные меры выступают гарантом окончательной победы, смены существующего строя и будущих преобразований.

В истории декабристского движения идея цареубийства возникает несколько раз. Первыми ее озвучивают М.С. Лунин, А.Н. Муравьев и И.Д. Якушкин. Как показывает П.И. Пестель, в 1816 или 1817 году М.С. Лунин предлагает сформировать специальный отряд для убийства Александра I на Царскосельской дороге [6, с.159]. Это подтверждает Н.М. Муравьев, свидетельствуя на следствии, что в 1816 году до своего отъезда во Францию М.С. Лунин в разговоре с ним и П.И. Пестелем предусматривает возможность нападения на царя [4, с.320]. Сам М.С. Лунин подтверждает Следственному Комитету эти показания, отмечая, что данный разговор происходит в 1818 или 1819 году [5, с.126]. В конце 1817 года предложение цареубийства поступает от И.Д. Якушкина. В мемуарах он описывает происходящие тогда события следующим образом: «Александр Муравьев прочел нам только что полученное письмо от Трубецкого, в котором он извещал всех нас о петербургских слухах: во-первых, что царь влюблен в Польшу и это было всем известно; на Польшу, которой он только что дал конституцию и которую почитал несравненно образованнее России, он смотрел как на часть Европы; во-вторых, что он ненавидит Россию, и это было вероятно после всех его действий в России с 15-го года; в-третьих, что он намеревается отторгнуть некоторые земли от России и присоединить их к Польше, и это было вероятно; наконец, что он, ненавидя и презирая Россию, намерен перенести столицу свою в Варшаву… Наконец, Александр Муравьев сказал, что для отвращения бедствий, угрожающих России, необходимо прекратить царствование императора Александра и что он предлагает бросить между нами жребий, чтобы узнать, кому достанется нанесть удар царю. На это я ему отвечал, что они опоздали, что я решился без всякого жребия принести себя в жертву и никому не уступлю этой чести [8, с.16-17]». В 1820 году декабристы возвращаются к обсуждению этой идеи. Во время Петербургского совещания ее озвучивает Н.М. Муравьев, представляя с П.И. Пестелем единую программу действий. Именно эта программа, включающая в себя цареубийство, истребление императорской семьи, диктатуру Временного Верховного правительства, республику, с 1820 года становится ориентиром для Южан. После реорганизации Тульчинской управы в

 ©|*T. V. Kononenko 2017*

1821 – 1822 годах она официально утверждается как программа Южного общества.

Великая Французская революция и дворцовые перевороты XVIII века в России показывают уязвимость самодержавной власти. Создается прецедент не только для замены, но и для ликвидации царствующей особы, семьи, смены формы правления в целом.

С.П. Гурин [7] определяет царя (вождя, короля, императора, президента) как маргинальную фигуру. Действительно, царь – посредник между миром сакрального и миром профанного, смерть которого организовывается и оформляется надлежащим образом. Цареубийство – ритуал обновления власти, своеобразное жертвоприношение – далеко не всегда отрицает идею царской власти. Претензия же на уничтожение данной власти – это уже покушение на сакральный центр, священный порядок мироздания. Как верно пишет С.П. Гурин, в бунте против царя хорошо читается бунт против Бога, в убийстве царя – убийство Бога.

Российский исследователь акцентирует принципиальное значение фигуры цареубийцы: если это посторонний претендент (вторжение или заговор), то происходит смена династии; если это наследник (переворот), то проклятие падает на всю династию и приводит к ее падению; если это народ (бунт, революция), то грех падает на весь народ и его потомство, последствия становятся непредсказуемыми. В идеале цареубийство должен совершить посторонний человек, тогда кровь останется на его руках, или враг, преступник, предатель, в этом случае кровь царя-мученика будет взывать к отмщению. Как пишет С.П. Гурин, в язычестве смерть, убийство царя вторичны, это часть церемонии передачи власти наследнику. В христианстве же смерть царя уподобляется смерти Иисуса Христа, смерть, убийство первичны, а жизнь и власть, наоборот, вторичны, это лишь выбор своей судьбы.

В качестве еще одного гаранта П.И. Пестель рассматривает диктатуру Временного Верховного правительства. В показаниях Следственному Комитету он отмечает: «Опасенія на щетъ безначалія и безпорядковъ при Революціи произойти могущихъ изъявлялъ я всегда самъ, и говоря о необходимости Временнаго Правленія, приводилъ въ Подкрѣпленіе сей Необходимости всѣ опасенія на щетъ безначалія и безпорядковъ: мнѣніемъ полагая, что надежнѣйшее и единственное средство къ отвращенію оныхъ состояло бы въ Учрежденіи Временнаго Правленія [6, с.155]». По-видимому, эта идея формируется в течение нескольких лет. В «Записках» С.П. Трубецкого содержится чрезвычайно важный момент. Еще в начале 1817 года на заседании членов Союза Спасения П.И. Пестель отмечает, что Франция «блаженствовала под управлением Комитета общей безопасности [10, с.22]». С.П. Трубецкой ведет речь о негативной реакции декабристов: «Восстание против этого утверждения было всеобщее, и оно оставило невыгодное для него впечатление, которое никогда не могло истребиться и которое поселило навсегда к нему недоверчивость [10, с.22]». Основываясь на показаниях П.И. Пестеля, декабристоведы отмечают влияние просветительских идей А. Дестю де Траси, однако упускают из виду тот факт, что П.И. Пестель выделяет два имени: А. Дестю де Траси и М.Н. Новикова. Он показывает, что, согласно республиканской конституции М.Н. Новикова, верховная власть заключается «въ особомъ Сословіи, коего предсѣдатель имѣлъ два голоса а прочіе члены только по одному [6, с.113]». Это положение является еще одним свидетельством в пользу диктатуры Временного Верховного правительства.

Идею диктатуры П.И. Пестель представляет на Петербургском совещании 1820 года. В отличие от Северян, желающих ввести в новое правительство наиболее значимых российских либералов, он всегда настаивает на том, что членами данного правительства должны быть лидеры тайного общества. Очевидно, что одно из мест декабрист отводит для себя. Он планирует «Русскую Правду» как программу первых преобразований, которую и вводит это правительство в течение восьми – десяти лет.

Здесь является интересным замечание С.С. Аверинцева [1] об образе византийского самодержца. Его составляют три параметра: «ниоткуда» – «свыше» – «извне». Российская монархия – это образец наследственной власти. Византия также знает династическую практику. Однако в ней отсутствует династический пафос. Принципиально подчеркивается сакральность самой власти. Достоинство сана всегда важнее достоинства рода. Византийский самодержец может приходить «ниоткуда», так как его власть мыслится данной «свыше» и «извне». Как пишет С.С. Аверинцев, варвар-завоеватель на Западе и инородец-выскочка на Востоке – характерные образы политической жизни раннего Средневековья. Декабристы, в первую очередь, лидеры Южного общества предлагают уничтожить наследственный характер власти. Они акцентируют не сакральность («свыше»), а профанность, утилитарность власти, воспринимают власть лишь как обязательное условие общественного порядка. По этой причине после революционного переворота Россией и должны управлять пришедшие «ниоткуда» и «извне» члены Временного Верховного правительства.

Идеалом декабриста является республика с сильной президентской властью, которая поддерживается не только верховной властью, но и всем народом. Конституционный проект предусматривает слияние всех народов, проживающих на территории России, в один народ, конечной целью которого выступает единообразие и единомыслие. Уже в ранних работах П.И. Пестель отстаивает идею изначального равенства людей. Вторая редакция «Русской Правды» уничтожает сословную систему, отменяет переходный период в освобождении крестьян, признает крестьян вольными, дает им гражданство и все гражданские права. Декабрист формирует жесткую вертикаль власти с тотальным контролем всех сфер жизнедеятельности. Он рассматривает проблему с точки зрения не личного или семейного, а общественного и государственного благополучия, что допускает страдания и жертвы частных лиц. Акцентируем еще раз: главное – общая польза, общее благо. В своей модели государственного строительства П.И. Пестель исходит из идеи служивого государства. Каждая социальная группа выполняет четкую функцию, нацеленную на

благосостояние российского общества и государства, несет государственную службу, которая отличается лишь содержательной стороной.

Согласно А.С. Панарину [9], понятие «феодализм» характеризует не столько экономический, сколько политический уклад. Оно несет в себе дробление больших пространств, стремление к малым суверенитетам. Выделяются не только этнические, но и сеньориальные суверенитеты. Феодальная номенклатура стремится освободить себя от единого государственного контроля. Приватизируются собственность, власть, система прав и обязанностей. Сильные обретают безграничную власть над слабыми. Из этого следует, что слабые более заинтересованы в централизованном государстве. А.С. Панарин пишет, что простой народ не имеет никаких иных средств воздействия на склонные к безграничным злоупотреблениям элитные группы, кроме централизованного государства и бунта. Бунт – действие временное. Следовательно, остается централизованное государство.

Проводя исторические аналогии, исследователь отмечает, что в начале посткоммунистического периода возникает иллюзия, что низы общества могут воспользоваться кризисом коммунистического тоталитаризма и освоить гражданское самоуправление. Однако опыт показывает, что кризисом централизованного государства гораздо эффективнее пользуются номенклатурные и мафиозные элементы. Вместо демократического полиса возникает бандитский капитализм, способный уничтожить сами основания цивилизованного бытия, лишить не только свободы, но и элементарных средств существования.

В этом отношении показательным является Московский период. Общество этого периода знает альтернативу централизованному государству: боярское своеволие, внутреннюю смуту, иноземное завоевание. Русские земли платят татаро-монгольским игом за феодальные вольности Киевского периода. С этим опытом Москва и приступает к строительству нового государства. Возникает специфический тип равенства в виде консенсуса служивого государства. Все сословия несут государственную службу, которая отличается не столько степенью тяжести, сколько содержательной стороной. Крестьяне кормят, дворяне защищают, духовенство следит за духовным развитием. Все виды служения одинаково необходимы. Усердие одной группы имеет смысл лишь в том случае, если другие группы столь же ревностно выполняют свой долг.

Петербургский период разрушает этот консенсус служивого государства. Закон о золотой вольности вычленяет дворянское сословие, что сразу же ставит под вопрос службу крестьянского сословия. Одно дело – снабжать всем необходимым защитников, другое дело – сибаритствующих снобов. Как пишет А.С. Панарин, возникает новая форма взаимоотношений двух историософских полюсов: личностной субъектности и народной субстанции. Субъект – дворянство – определяет и отлучает себя от народной субстанции в акте особого грехопадения. Появляется двойная идентификация: с одной стороны – с национальными традициями, с другой – с западноевропейскими нормами. В итоге имеет место не столько «субъект действия», сколько «субъект раздражительных процедур сравнения» между национальными и западноевропейскими образцами.

Принадлежащие к Петербургскому периоду декабристы – символ данной двойной идентификации. Однако они стремятся вернуть консенсус служивого государства, эволюционируют от «субъектов раздражительных процедур сравнения» до «субъектов действия». В «Русской Правде» каждое сословие выполняет четкую функцию, нацеленную на благосостояние российского общества и государства. Гарант этого – диктатура Временного Верховного правительства.

По замечанию Н.А. Бердяева, государственный абсолютизм возможен не только в монархии, но и в республике. Любое государство содержит в себе элемент жестокости. Оно имеет природу «холодного чудовища». Однако без государства – аппарата власти – человечество ввергнется в еще более жестокое существование. П.И. Пестель – сторонник сильного государства. Проблема Ивана Карамазова о слезах замученного ребенка решается однозначно: страдания и жертвы имеют оправдание с исторической точки зрения. Эту позицию разделяет и Н.А. Бердяев. Он обвиняет отечественную интеллигенцию в женственном, чувственном отношении к жизни, признании единственной ценностью «Иванов» и «Петров». История же творится мужественным, волевым началом. «Если бы в мире господствовало исключительно женственное начало, то истории не было бы, мир остался бы в «частном» состоянии, в «семейном» кругу. Менее всего можно было бы сказать, что такое частноженственное отношение к жизни есть результат сильного чувства личности. Наоборот, сильное чувство личности есть в том мужественном начале, которое зачало историю и хочет довести ее до конца [2, с.444]».

На наш взгляд, остается открытым вопрос о республиканской форме власти. И.А. Покровский [3] справедливо пишет, что переход от монархии к республике является моментом критическим и опасным. Авторитет монархии и монарха, как правило, базируется на иррациональном основании. Демократия же – власть выборная – опирается на рациональное основание, прежде всего, на гражданское сознание необходимости власти и порядка. Эти иррациональное и рациональное основания далеко не всегда оказываются равными по силе. Демократизация государства, тем более, происходящая в краткий промежуток времени посредством революционного переворота, может привести к ослаблению психологического фактора власти. Любая демократия – это «господство критического духа». В этом – ее и сильная, и слабая сторона.

Ни в показаниях, ни в воспоминаниях мы не находим четких представлений о республике. Вспоминая программу П.И. Пестеля, декабристы говорят о республиканской модели власти в целом, однако не ясно, каким образом они представляют ее на практике. На совещании 1820 года речь идет о президентской республике, которая для декабристов мало чем отличается от конституционной монархии. По-видимому, и далее П.И. Пестель представляет президентскую республику по аналогии с Соединенными Штатами Америки. Такой вариант наиболее приемлем, поскольку

модель президентской республики совмещает в себе и волюнтаристские, и демократические установки декабриста. Думается, что неопределенность в представлениях о республике, отсутствие разработок этой проблемы объясняются тем, что по плану П.И. Пестеля республиканская форма власти вводится не сразу. Вероятно, новая конституция и республика сменяют через восемь – десять лет «Русскую Правду» и диктатуру Временного Верховного правительства.

Подведем итог. Мы полагаем, что идеалом П.И. Пестеля является республика с сильной президентской властью. Во всех проектах он выступает как сторонник сильного централизованного государства и пытается поставить под контроль все сферы жизнедеятельности общества. Неоднократно он констатирует, что целью государства является благоденствие всего общества и каждого из его членов. Однако суть данного благоденствия определяется избранными людьми, представителями слоя повелевающих. Являясь автором конституции и потенциальным диктатором, фактически это благоденствие определяет сам П.И. Пестель.

Вряд ли российское дворянство первой четверти XIX века готово к столь радикальной программе преобразований. Думается, это понимает и сам П.И. Пестель. Именно поэтому он вводит диктатуру Временного Верховного правительства. Он верит в действенность воли и силы избранных. Диктаторы, представленные членами тайного общества, насильственным путем вводят новый порядок, руководствуясь собственными представлениями о благе государства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аверинцев С.С. Поэтика ранневизантийской литературы. М.: «Coda», 1997. 343 с.
2. Бердяев Н.А. Судьба России. Опыт по психологии войны и национальности // Бердяев Н.А. Философия свободы. Харьков: Фолио; М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. С. 263-474.
3. Вехи: Сборник статей о русской интеллигенции. Из глубины: Сборник статей о русской революции. М.: Издательство «Правда», 1991. 608 с.
4. Восстание декабристов. Материалы. Т. I. М. Л.: Государственное издательство, 1925. 540 с.
5. Восстание декабристов. Материалы. Т. III. М. Л.: Государственное издательство, 1927. 446 с.
6. Восстание декабристов. Материалы. Т. IV. М. Л.: Государственное издательство, 1927. 488 с.
7. Гурин С.П. Маргинальная антропология // http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000963/st000.shtml
8. Записки, статьи, письма декабриста И.Д. Якушкина. М.: Издательство Академии Наук СССР, 1951. 740 с.
9. Панарин А.С. Православная цивилизация в глобальном мире. М.: Алгоритм, 2002. 496 с.
10. Трубецкой С.П. Записки 1844 – 1845, <1854> гг // Мемуары декабристов. М.: Правда, 1988. С. 19-76.

REFERENCES

1. Averintsev, S. The Poetics of Early Byzantine Literature. Moscow: «Coda», 1997. 343 p.
2. Berdyaev, N.A. The Fate of Russia. Trials on Psychology of War and Nationality // Berdyaev, N.A. Philosophy of Freedom. Kharkiv: Folio; Moscow: «OOO Izdatelstvo AST», 2002. P. 263-474.
3. Vekhi (Milestones): Collection of articles on Russian Intellectual Elite. From the Depth: Collection of articles on Russian Revolution. Moscow: Izdatelstvo «Pravda», 1991. 608 p.
4. The Decembrist Revolt Materials. Vol. I. Moscow, Leningrad: Gosudarstvennoe Izdatelstvo, 1925. 540 p.
5. The Decembrist Revolt Materials. Vol. III. Moscow, Leningrad: Gosudarstvennoe Izdatelstvo, 1927. 446 p.
6. The Decembrist Revolt Materials. Vol. IV. Moscow, Leningrad: Gosudarstvennoe Izdatelstvo, 1927. 488 p.
7. Gurin, S.P. Marginal Anthropology // http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000963/st000.shtml
8Notes, Articles and Letters of Decemberist I.D. Iakushkin. Moscow: Izdatelstvo Akademii Nauk SSSR, 1951. 740 p.
9. Panarin, A.S. Orthodox Civilization in the Global World. Moscow: Algorithm, 2002. 496 p.
10. Trubetskoi, S.P. The Notes: 1844 – 1845, <1854> / The Decemberists' Memoirs. Moscow: Pravda, 1988. P. 19-76.

The Main Provisions of P.I. Pestel Programme

T. V. Kononenko

Abstract. The article is dedicated to P.I. Pestel, one of the ideologists of Decembrist movement. There are distinguished oral, radical, written and liberal versions of the Decemberist programme. There are investigated the problems of regicide, the dictatorship of the Transitional Supreme Government and Republic, both of the latter acting as the guarantors of ultimate victory, as well as of the established order shift and future transformations. There is also analyzed the project of a centralized state with the rigid vertical of power and total control of all life spheres.

Keywords: *Decembrist movement, power, state, regicide, dictatorship of The Transitional Supreme Government, republic.*

Втрати сакральних пам'яток у Чернівецькій області (друга половина 1940-х – перша половина 1960-х років)

С. А. Мочкін

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна
Corresponding author. E-mail: mochkin@ukr.net

Paper received 24.01.17; Accepted for publication 02.02.17.

Анотація. У статті висвітлюється непроста доля нерухомих сакральних пам'яток Чернівецької області в умовах здійснення більшовицьким тоталітарним режимом репресивної наступальної політики стосовно релігії та церкви. Відзначено, що внаслідок масштабного антирелігійного наступу з метою викорінення так званого «опіуму для народу» і закріплення монопольного комуністичного світогляду сакральна спадщина різних конфесій області зазнала непоправних втрат. Звернено увагу, що внаслідок дій партійно-державної влади значна частина культових споруд виявилася закритою; згодом вони зазнали ушкоджень або були знищені.

Ключові слова: *сакральні пам'ятки, антирелігійна кампанія, церква, костел, монастир.*

Вступ. Оригінальна та насичена подіями історія Чернівецької області, яка здавна знаходилась на перехресті культур різних народів, що населяли цей край, значною мірою втілена у створених руками багатьох поколінь об'єктах сакральної архітектурної спадщини. У другій половині 1940-х – першій половині 1960-х років внаслідок цілеспрямованої політики наступу радянського тоталітарного режиму на релігію та церкву з метою викорінення так званого «опіуму для народу» вона зазнала непоправних втрат. Значна частина культових споруд області, низка з яких були унікальними пам'ятками архітектури, виявилася знятою з державного обліку і закритою. Трагічним фіналом такого перебігу подій стали масове нищення рухомого культового майна, пошкодження самих об'єктів та їх подальша свідома руйнація.

Короткий огляд публікацій з теми. На загальноукраїнському тлі окремі матеріали про ліквідацію в Чернівецькій області культових споруд Руської (Російської) православної церкви (РПЦ) навів В. Пащенко [10]. У контексті відносин держави та РПЦ у Чернівецькій області цю проблему частково розглянув С. Яремчук [12].

Мета – на підставі залучення певного кола джерел із державного архіву Чернівецької області та окремих матеріалів наукової літератури висвітлити долю нерухомих сакральних пам'яток краю впродовж другої половини 1940-х – першої половини 1960-х років.

Матеріали та методи. Основою для написання статті стали матеріали кількох фондів державного архіву Чернівецької області. Це фонд Р-623 (Уповноважений Ради у справах релігій при Раді міністрів УРСР по Чернівецькій області) та фонд Р-932 (Чернівецький обласний відділ будівництва та архітектури виконавчого комітету обласної Ради депутатів трудящих). Тут містяться постанови загальносоюзного, республіканського та місцевого рівня, рішення, інструкції, доповідні записки, листування, інші документи. Вони дали можливість достатньою мірою простежити на прикладі Чернівецької області політику радянських партійно-державних органів протягом двох повоєнних десятиліть щодо нерухомих пам'яток різних конфесій регіону, складну, а нерідко й трагічну долю багатьох сакральних архітектурних об'єктів, що належали їм. Для досягнення поставленої мети використовувалися загальнонаукові (аналізу та синтезу, системно-науковий, структурно-функціональний, ін.) та спеціальні історичні (проблемно-хронологічний, історико-статистичний, герменевтики, ін.) методи дослідження. Так, проблемно-хронологічний метод дав змогу розглянути тему у відповідній часовій послідовності. Метод герменевтики застосовувався для розкриття змісту правових норм законодавства та постанов місцевих партійно-державних органів, що регулювали процес зняття з реєстрації об'єктів сакральної архітектури краю та їх подальшу долю. Використання цих та інших методів дало змогу показати особливості проведення компартійно-державною системою у Чернівецькій області впродовж другої половини 1940-х – першої половини 1960-х років заходів щодо закриття культових споруд різних конфесій, впливу цих заходів на подальшу долю нерухомих сакральних пам'яток.

Результати. У зв'язку з певною зміною характеру взаємин між Радянською державою та РПЦ в перші післявоєнні роки влада ставилась до православної конфесії загалом лояльно. На території Чернівецької області уповноважений Ради у справах Руської (Російської) православної церкви (РСРПЦ) при Раді міністрів (РМ) СРСР М. Касаткін закрив лише декілька храмів. Однак в період з 1949 по 1957 рік з державної реєстрації було знято, а, отже, закрито 8 церков [12, с. 117].

У другій половині 1940-х – на початку1950-х років основний удар радянська влада спрямувала проти римо-католицької церкви. Закритою виявилася низка храмів, що належали їй. Так, костел Серця Ісуса (1891–1904 рр.) в м. Чернівці перестав діяти у 1945 році. Спочатку споруду передали православним, потім – згідно рішення виконавчого комітету Чернівецької обласної Ради депутатів трудящих (облвиконкому) від 15 серпня 1960 року за № 444/17 – Чернівецькому обласному державному архіву. Костел підлягав реконструкції, яку завершили у 1963 році [8, с. 429–430]. Костел св. Петра і Павла (1876 р.) в м. Вижниця було частково зруйновано під час війни. У 1946 році його закрили і передали для господарських потреб (використовували як лазню). Костел Діви Марії Королеви (1813 р.) в м. Кіцмань закрито у 1946 році і почергово пристосовано під крамницю, склад, спортивну школу [9, с. 449–450].

 ©|*S. A. Mochkin 2017*

Одним з архітектурних символів Чернівців виступала Вірменська церква св. Петра і Павла, збудована у 1860–1880-х роках за проектом архітектора Й. Главки. Митець увійшов в історію українського та європейського мистецтва насамперед як автор унікального архітектурного ансамблю м. Чернівці – резиденції митрополитів Буковини і Далмації. Церкву зняли з державної реєстрації у 1944 році [8, с. 428]. Згідно акту обстеження цієї пам'ятки архітектури від 2 червня 1948 року було встановлено, що споруда церкви знаходилася в занедбаному стані, як і сквер, що її оточував. Відсутність належного господарського нагляду спричинила часткове руйнування вівтарів. Це стало наслідком передачі споруди спочатку у розпорядження військового комісаріату міста, згодом – обласного управління легкої промисловості, які не виявили дбайливого ставлення до пам'ятки. Нижня частина стін в чотирьох місцях була піддана дії вологи. Такий прикрий факт мав місце через те, що водостічні труби в цих місцях виявилися розкраденими. Вітражі частково розбиті камінням, що могло бути зроблено тільки зсередини, зважаючи на наявність ззовні вікон захисних сіток. Величезний орган церкви став повністю непридатним. Майно і начиння вивезені, церква заповнена мотлохом, і, будучи тривалий час відкритою, піддавалась додатковому руйнуванню, а також слугувала місцем ночівлі безхатченків [4, арк 1].

У 1952 році будівлю Вірменської церкви св. Петра і Павла передали обласній торгівельній базі «Голвзутзбут». У листі начальника відділу будівництва та архітектури Чернівецького облвиконкому Н. Корабліна від 4 травня 1953 року за № 87 до управляючого базою М. Косюченка відзначалось, що організація допускає неприпустиме порушення правил експлуатації споруди. Так, не було виконано ремонтних робіт, які організація зобов'язалась зробити. Водостічні труби закінчувалися на висоті другого поверху, тоді як вони мали бути доведені до низу. Вимощення перебувало в стані руйнування, цоколь споруди місцями обвалювався, стіни біля водостічних труб продовжували сиріти і вивітрюватися. Майданчик поблизу споруди був спотворений сараями, збитими зі старих фанерних ящиків; огорожа перебувала в стані, що загрожував її обвалом [5, арк. 16]. З 1958 року споруду орендувала Чернівецька обласна контора з прокату кінофільмів під фільмобазу для зберігання кінострічок та іншого обладнання. Частину приміщення Вірменської церкви св. Петра і Павла контора передала будівельній організації. Остання на території, що прилягала до храму, влаштувала перевалочну базу будівельних матеріалів; автотранспорт, що переміщав їх, заїздив на територію і ще більше руйнував огорожу [7, арк. 12].

Згідно статистичних звітів уповноваженого РСРПЦ по Чернівецькій області Є. Проценка – наступника М. Касаткіна – станом на 1 січня 1958 року, тобто на початок антирелігійної кампанії в СРСР, на Чернівеччині нараховувалося 362 діючих храми та 2 монастирі. До 1959 року вістря антирелігійної кампанії ще не зачепило території області, де на 1 січня 1959 року уповноваженим РСРПЦ було обліковано тих же 362 діючих храми та 2 монастирі. Проте, вже в 1959 році в області були зняті з реєстрації перші дві церкви. Ними виявилися колишні греко-католицькі храми: Свято-Покровський у Садгорі (нині один з районів м. Чернівці – С. М.) і Свято-Успенський у Вашківцях (Вижницький район). Таким чином, на 1 січня 1960 року уповноважений РСРПЦ по Чернівецькій області мав на обліку 360 храмів та 2 монастирі. Того ж року Є. Проценко планував зняти з реєстрації близько 40 церков, проте реально було закрито 28 [12, с. 117–118, 121]. Однією з них виявився, зокрема, собор Сходження Святого Духа у м. Чернівці – одна із знакових споруд міста, збудована у 1844–1864 роках та закрита 20 грудня 1960 року. Згідно рішення облвиконкому від 23 січня 1961 року за № 42/2 споруду передбачалося передати для розширення краєзнавчого музею; однак цього не було здійснено через відсутність відповідних коштів. Згідно рішення облвиконкому від 27 серпня 1962 року за № 533/18 будівлю храму передали в розпорядження обласної ради добровільного спортивного товариства «Спартак» для перебудови під палац фізкультури [8, с. 429]. Внаслідок недбалого використання храму в радянський період більшість внутрішніх розписів храму, як і весь його інтер'єр, було знищено [11, с. 136].

Щодо церкви св. Петра і Павла (1904 р.) м. Вижниця, то згідно постанови загальносоюзної РСРПЦ (протокол № 9 від 1 серпня 1960 року) споруду дозволили використовувати на розсуд місцевої влади. Остання переобладнала приміщення церкви під крамницю. Спиридонівську церкву (1808 р.) у м. Герца було закрито згідно постанови тієї ж РСРПЦ (протокол № 4 від 16 травня 1960 року), храм використовувався кооперацією як склад [9, с. 449]. Георгіївську церкву (1858 р.) м. Новоселиця згідно постанови загальносоюзної РСРПЦ (протокол № 12 від 30 вересня 1960 року) вилучено у релігійної громади для переобладнання під кінотеатр. Покровську церкву (1898 р.) селища Путила закрито 8 серпня 1960 року через аварійний стан. Відповідно до рішення облвиконкому від 12 липня 1960 року за № 369/15 споруду передано у розпорядження райвиконкому для народногосподарських потреб; у 1961 році використовувалася кооперацією як склад [8, с. 435]. Церкву св. Петра і Павла (1832 р.) в м. Сокиряни закрито у 1960 році; рішенням облвиконкому від 8 травня 1961 року за № 214/9 передбачалося передати церкву в розпорядження Сокирянського райвиконкому. Церкву Різдва Богородиці (1896–1898 рр.) м. Сторожинець згідно з постановою РСРПЦ при РМ СРСР (протокол № 17 від 28 грудня 1960 року) закрито для передачі під історичний музей; у 1961 році перебудовано під музей; у 1963 році використовували як склад цивільної оборони району. Миколаївську церкву (1656 р.) в м. Хотин закрито у 1960 році, у 1961 році заплановано перебудувати під кінотеатр [8, с. 435–436, 437].

Значну увагу уповноважений РСРПЦ по Чернівецькій області надавав закриттю так званих додаткових храмів, тобто таких, які не мали постійного священика. Закриття додаткових храмів здійснювалося згідно реалізації плану заходів з підготовки до зняття у 1961 році з реєстрації православних релігійних громад, які не мали постійних священиків, а обслуговувалися як додаткові. Відповідно до поставленого загальносоюзними владними структурами завдання про скорочення

кількості таких церков передбачалось провести наступні дії. Так, Є. Проценко повинен був посилити роботу з духовенством, щоби священики на місцях всебічно сприяли припиненню діяльності додаткових церков; протягом першого півріччя 1961 року він мав увільнити всіх священиків з обслуговування додаткових церков і по мірі надходження матеріалів з райвиконкомів представляти свої заключення Раді на зняття з реєстрації релігійних громад цих церков. Щодо райкомів компартії, райвиконкомів, а також комісій сприяння Радам депутатів трудящих з контролю за дотриманням законодавства про релігійні культи, то вони зобов'язувалися ретельно вивчати настрої віруючих і їх реагування на припинення церковних служб в додаткових церквах та по мірі створення сприятливої обстановки в тому чи іншому селі вносити власні пропозиції на адресу облвиконкому на зняття з реєстрації релігійних громад цих церков [1, арк. 1–2].

Протягом 1961 року у Чернівецькій області було закрито 33 церкви. Основна частина закритих у 1961 році храмів припадала на Кіцманський, Заставнівський, Глибоцький райони і м. Чернівці [12, с. 127]. Так, рішенням облвиконкому від 21 січня 1961 року закрито Введенський жіночий монастир (1908 року) в м. Чернівці; його було переобладнано під дошкільний дитячий заклад. Церкву св. Дмитра (1901 р.) м. Чернівці згідно рішення облвиконкому від 8 травня 1961 року за № 211/9 закрито і передано у розпорядження райвиконкому; у 1964 році заплановано використовувати як торгівельну базу [9, с. 442]. Церкву св. Миколая (1890–1898 рр.) цього ж міста рішенням облвиконкому від 28 серпня 1961 року за № 478/19 закрито і передано під склад [8, с. 427]. Церкву св. Миколая (1876–1877 рр.) м. Кіцмань рішенням облвиконкому від 1 липня 1961 року за № 342/14 закрито і передано у розпорядження райвиконкому; у 1961 році пристосовано під склад [9, с. 450].

Стосовно 1962 року, то Є. Проценко доповідав республіканському керівництву про закриття у Чернівецькій області 36 церков [12, с. 129]. Так, Спиридонівська (Успенська) церква (1709–1716 рр.) м. Чернівці у 1962 році перебувала на обліку як пам'ятка архітектури. Згідно рішення Садгірського райвиконкому від 1 жовтня 1962 року за № 315/22 після її закриття будівлю передбачалося передати комбінату комунальних підприємств для утримання її як пам'ятки [8, с. 430]. Церкву св. Дмитра (1883 р.) м. Вижниця у 1962 році знято з реєстрації місцевою владою; згідно постанови РСРПЦ при РМ СРСР (протокол № 22 від 26 жовтня 1962 року) храм дозволили розібрати. Георгіївську церкву (1888 р.) м. Сторожинець рішенням облвиконкому від 13 серпня 1962 року за № 497/17 передбачалося закрити та перебудувати під торгівельну базу [9, с. 448, 452].

Сумною виявилася доля культових споруд Чернівецької області після їх закриття у 1960–1962 роках. Це яскраво ілюструють приклади із Вижницького та Заставнівського районів. У 1961 в м. Вижниці церкву св. Петра і Павла (закриту в 1960 році) передали Вижницькій міжрайонній базі облспоживспілки під склад; верх будівлі, що мав культовий вигляд, було замінено дахом простої форми. Успенську церкву міста райвиконком рішенням від 26 липня 1962 року за № 194/16 вирішив передати Вижницькій школі-інтернату для перебудови і використання під спортзал. Костел міста райвиконком рішенням від 30 липня 1962 року за № 206/166 ухвалив передати тій же Вижницькій міжрайонній базі облспоживспілки для використання під склад. Бісківську цвинтарну церкву ухвалено передати у розпорядження сільради з метою використання під соціально-культурні заклади. Костел в селі Лукавицях вирішено передати школі для перебудови і використання під спортзал. Костел в селі Мілієве використовувався колгоспом під зерносклад. Церкву св. Георгія у селі Берегомет вирішено передати міжколгоспбуду для розібрання і використання матеріалу для господарських потреб; цвинтарну церкву у селі Велике – передати школі для розібрання і використання матеріалу на господарські потреби. Дерев'яні будівлі недіючих Майдан-Спаської, Дмитріївської, Майдан-Лукавецької церков рішенням райвиконкому від 30 липня 1962 року за № 208/16 передані міжколгоспбуду для розібрання і використання матеріалу на господарські потреби.

На території Заставнівського району впродовж 1961–1962 років уповноважений РСРПЦ по Чернівецькій області зняв з реєстрації п'ять храмів: в селищі Кострижівка, селах Звенячка, Ржавенці, Вербівці та Онут. Рішенням райвиконкому будівлі церков передано відповідним місцевим Радам депутатів трудящих для використання в народногосподарських цілях. Так, церкву в селищі Кострижівка (закриту 1962 року) передали Хрещатинській автоколоні. Протягом вересня 1962 року споруда мала бути повністю розібрана; будівельний матеріал планувалось використати для будівництва гуртожитку. Церкву села Звенячка передали у розпорядження сільського споживчого товариства. Церкву села Ржавенці, зачинену того ж року, передано районному відділу культури для перебудови під сільський клуб. Щодо церкви села Вербівці, зачиненої в 1960 році, то райвиконком просив санкціонувати розібрання споруди як аварійної. Церкву в селі Онут було розібрано [2, арк. 9–10, 120–121]. Також у вищепроаналізованому архівному документі згадується доля храму села Брідок. Рішенням сільської Ради депутатів трудящих одну частину його приміщення передали під спортзал школи, іншу – під музей села [2, арк. 120–121].

У 1963 році з державної реєстрації влада зняла лише одну церкву – в м. Чернівцях. Загалом протягом 1959–1963 років у Чернівецькій області було закрито 99 храмів [12, с. 130]. Згідно даних обласного уповноваженого РСРПЦ про використання закритих у 1959–1965 роках культових споруд станом на 1965 рік було закрито 102 церкви, вилучено ключі від 82, вивезено культове майно з 55, знято дзвони – у 66 церквах [3, арк. 39].

Дії партійно-державних органів Чернівецької області щодо сакральних архітектурних пам'яток краю викликали закономірні протести місцевого населення. Нерідко парафіяни вдавалися до самовільного відновлення роботи закритих храмів. Зокрема, такі випадки мали місце в Кельменецькому районі. Лист секретаря обкому компартії України на ім'я першого секретаря ЦК КП України М. Підгорного інформував, що 5 травня 1963 року в селі Розшани група віруючих,

підбурена «злочинними елементами» (так влада називала рядових селян – С. М.), самовільно відкрила недіючу церкву. Спроби відкрити недіючі церкви мали місце в квітні-травні 1963 року і в селах Бурдюч та Вітрянка цього ж району [10, с. 61].

Процес закриття та руйнування нерухомих сакральних пам'яток, занедбаний стан майже усіх тих з них, що вціліли, викликав справедливе обурення громадськості. Так, студенти Чернівецького державного університету М. Сидельковір, А. Супоницький, Є. Писаренко 26 серпня 1956 року написали листа до «Літературної газети» з проханням опублікувати їхню статтю «Збережемо пам'ятки архітектури!». Тут, зокрема, говорилося: «… В м. Чернівці по вул. Сталінградській стоїть стара дерев'яна церковка. Ця церковка збудована без жодного цвяха і стоїть 300 років! Нині довкола ходять кози, а хто сміливіший, не проти вкрасти колоду і т. д. А таких пам'яток небагато! …В центрі міста по вул. Університетській стоїть величезна споруда колишньої синагоги, виконана знаменитим австрійським архітектором в мавританському стилі. В роки війни фашистські варвари підірвали внутрішні перекриття, але коробка, куполи і внутрішнє облицювання цілі. З цього будинку можна було б зробити театр, клуб і т. д., але споруда не будується і не валиться, двір заростає чортополохом, а керуючі товариші спокійно проходять повз» [6, арк. 40, 40 зворот]. Однак рідко коли такі листи в умовах радянської тоталітарної системи давали позитивний результат.

Висновки. Отже, внаслідок цілеспрямованої наступальної політики компартійного тоталітарного режиму другої половини 1940-х – першої половини 1960-х років проти релігії та церкви сакральна архітектурна спадщина Чернівецької області зазнала непоправних втрат. Значну частину культових споруд було закрито і переобладнано для інших цілей, внаслідок чого руйнувався їхній зовнішній вигляд та втрачався первісний мистецький задум; чимало будівель виявилися знищеними. Така політика Радянської держави не тільки значним чином підірвала матеріальні та моральні засади конфесійного життя області, але й спричинила значні психологічні переживання населення краю, знизила рівень моральності, негативно позначилась на долі наступних поколінь.

ЛІТЕРАТУРА

1. Державний архів Чернівецької області (далі – Держархів Чернівецької обл.). Ф. Р-623. Оп. 1. Спр. 53. 3 арк.
2. Держархів Чернівецької обл. Ф. Р-623. Оп. 2. Спр.99. 246 арк.
3. Держархів Чернівецької обл. Ф. Р-623. Оп. 2. Спр. 210. 46 арк.
4. Держархів Чернівецької обл. Ф. Р-932. Оп. 1. Спр. 39. 1 арк.
5. Держархів Чернівецької обл. Ф. Р-932. Оп. 1. Спр. 99. 47 арк.
6. Держархів Чернівецької обл. Ф. Р-932. Оп. 1. Спр.170. 44 арк.
7. Держархів Чернівецької обл. Ф. Р-932. Оп. 1. Спр.241. 30 арк.
8. Зруйновані храми і монастирі України: Анотований покажчик обласного та районного рівня / Упоряд. Кривошея В. В., Буряк Л. І., Киридон А. М. [та ін.]. Київ: Мистецтво, 2013. 608 с. : іл.
9. Каталог зруйнованих храмів і монастирів України : Каталог / Редкол.: В. Ф. Солдатенко та ін; Упоряд. Кривошея В. В., Антонюк Я. М., Буряк Л. І., Ведмідь Л. А. [та ін.] Київ: ДП НВЦ Пріоритети, 2013. 512 с.
10. Пащенко В. Православ'я в новітній історії України. Частина друга. Полтава: «Полтава», 2001. 736 с.
11. Чеховський І. Прогулянка Чернівцями та Буковиною: Путівник. Київ: Балтія-Друк, 2007. 268 с.: іл.
12. ремчук С. Православна церква на Буковині у радянську добу(державно-церковні взаємини).Чернівці:Рута,2004.352с.

REFERENCES

1. State Archive of Chernivtsi region. F. R-623. Op. 1. Spr. 53. 3 ark.
2. State Archive of Chernivtsi region. F. R-623. Op.2. Spr. 99. 246 ark.
3. State Archive of Chernivtsi region. F. R-623. Op.2. Spr. 210. 46 ark.
4. State Archive of Chernivtsi region. F. R-932. Op. 1. Spr. 39. 1 ark.
5. State Archive of Chernivtsi region. F. R-932. Op. 1. Spr. 99. 47 ark.
6. State Archive of Chernivtsi region. F. R-932. Op.1. Spr. 170. 44 ark.
7. State Archive of Chernivtsi region. F. R-932. Op.1. Spr. 241. 30 ark.
8. Destroyed churches and monasteries of Ukraine : regional and district annotated reference book / comp. Kryvosheia V. V., Buriak L. I., Kyrydon A. M. [and others]. – Kyiv : Mystetstvo, 2013. – 608 p. : illustrated.
9. The catalogue of destroyed temples and monasteries of Ukraine : catalogue / Editorial board: V. F. Soldatenko and others; comp.: Kryvosheia V. V., Antoniuk Ya. M., Buriak L. I., Vedmid L. A. [and others]. – Kyiv : DP NVTs Priorytety, 2013. – 512 p.
10. Pashchenko V. Orthodoxy in the modern history of Ukraine. The Second Part. – Poltava : "Poltava", 2001. – 736 p.
11. Chekhovskyi I. Walk through Chernivtsi and Bukovyna : Guide. Kyiv : Baltiia-Druk, 2007. – 268 p. : illustrated.
12. Yaremchuk S. Bukovyna Orthodox Church at the Soviet period (the state and church relations). Chernivtsi : Ruta, 2004. – 352 p.

The loss of sacred monuments of Chernivtsi region (the second half of the 1940s – the first half of the 1960s)

S. A. Mochkin

Abstract. The article deals with the immovable sacred monuments of Chernivtsi region, which were damaged by the Bolshevik totalitarian regime's repressions concerning religion and church. Sacred heritage of different faiths of the region incurred irreplaceable losses in consequence of large-scale anti-religious attack to eradicate the so-called "opium for the people" and fixing the monopoly communist ideology. Attention is paid to the fact that much of religious buildings were closed and later damaged or destroyed as a result of actions of the Party and State power.

Keywords: *sacred monuments, anti-religious campaign, church, Roman Catholic church, monastery.*

Потери сакральных памятников в Черновицкой области (вторая половина 1940-х – первая половина 1960-х годов)

С. А. Мочкин

Аннотация. В статье освещается непростая судьба недвижимых сакральных памятников Черновицкой области в условиях осуществления большевистским тоталитарным режимом репрессивной наступательной политики в отношении религии и церкви. Отмечено, что в результате масштабного антирелигиозного наступления с целью искоренения так называемого «опиума для народа» и закрепления монопольного коммунистического мировоззрения сакральное наследие разных конфессий области понесло невосполнимые потери. Обращено внимание, что в результате действий партийно-государственной власти значительная часть культовых сооружений оказалась закрытой; впоследствии они получили повреждения или были уничтожены.

Ключевые слова: *сакральные памятники, антирелигиозная кампания, церковь, костел, монастырь.*

Історичний зміст матеріалів фондової колекції Музею космонавтики ім. С. П. Корольова

О. Ю. Зосімович[1*], Н. М. Щербакова[2]

[1]Житомирський державний університет імені І. Франка,
[2]Музей космонавтики ім. С.П. Корольова м. Житомира
*Corresponding author. E-mail: ozosimovich@yandex.ua

Paper received 27.01.17; Accepted for publication 05.0217.

Анотація. У статті визначаються основні цілі, завдання та особливості комплектування фондів Музею космонавтики ім. С.П. Корольова в Житомирі, коротко аналізується його фондова колекція, основні етапи її формування, визначається її історична складова, на конкретному прикладі демонструється значення музейних матеріалів в історичних дослідженнях.

Ключові слова. *Житомирський музей космонавтики ім. С.П.Корольова, фондова колекція, принцип історизму, історичні джерела, історична інформація*

Музей космонавтики ім. С. П. Корольова в Житомирі є єдиним в Україні зберігачем унікальної колекції з історії космонавтики. Він був створений на батьківщині академіка Сергія Павловича Корольова – радянського вченого, конструктора, під керівництвом якого відбулися грандіозні звершення в галузі освоєння космічного простору: запуск першого штучного супутника Землі, перший політ людини в космос, вихід людини у відкритий космічний простір, перші успішні запуски автоматичних міжпланетних станцій до Місяця, Венери, Марсу. Довгий час С.П. Корольова офіційно називали Головним Конструктором. Його ім`я стало відомим широкому загалу лише після смерті Сергія Павловича 14 січня 1966 р. та публікації некрологу в газеті «Правда». Саме тоді з`ясувалося, що народився майбутній легендарний Головний Конструктор у провінційному українському містечку Житомирі, де його батько працював вчителем російської мови і словесності у Першій чоловічій гімназії. Будиночок, в якому народився Сергій, зберігся, і в ньому 1 серпня 1970 року було відкрито Меморіальний будинок-музей академіка С.П. Корольова. Сьогодні Музей Головного Конструктора складається з двох відділів: Меморіального будинку-музею академіка Сергія Павловича Корольова та відділу «Космос», експозиція якого присвячена минулому і сьогоденню космонавтики.

Історія створення музею та його діяльності протягом 45 років відображена у великій кількості публікацій керівників та співробітників музею (О. Копил, І. Дячук, В. Тетянич, О. Зосімович, Н. Щербакова, Л. Кулик, Л. Кавун, Н. Колесник), монографії (В. Нікулін) та двох кандидатських дисертаціях (О. Копил, Н. Боротканич). Питанням комплектування фондів, дослідницької роботи з музейними джерелами присвячені праці фахівців з музеєзнавства [1-4, 6]. Проте вони не приділили достатньої уваги деяким питанням роботи з фондами, а саме: обійшли стороною аспект наукового використання та значення матеріалів музейної колекції для історичних досліджень. Фонди музею комплектуються з предметів, безпосередньо пов`язаних з життям та діяльністю С.П. Корольова, інших видатних осіб, які зробили значний внесок у розвиток космічної галузі, та зразками космічної техніки і спорядження. Вони є частиною майже столітньої історії ракетобудування та космонавтики.

Автори даної статі ставлять за мету визначити, що фондова колекція музею є цінним джерелом, базою для наукових історичних розвідок. Матеріалом для написання статті послугували організаційні, діловодні та фондові документи Житомирського музею космонавтики, а також теоретичні праці останніх років в галузі музеєзнавства.

Наукове комплектування фондів репрезентує теоретичну та практичну сторони діяльності музею, що направлена на виявлення, збір та наукову обробку музейних предметів, які згодом формують збірку матеріальних пам`яток історії та культури. Музейна колекція не є простою збіркою або інформаційною системою, що сповіщає про минуле через предмети або формою збереження минулого предметного світу [1]. Фондові джерела з історії космічних досліджень містять цілий комплекс історичної інформації: економічної, політичної, соціальної, наукової, культурної. Вони мають і особистісну складову, тому що відображають знання, норми моралі, звичаї, світогляд людини певної епохи. Музейні предмети формують джерельну базу історії України, оскільки частина фондової колекції музею занесена до державної частини Музейного фонду України. Отже, головною метою комплектування фондів є документування історичної дійсності з метою створення максимально об`єктивної картини життя суспільства на певному етапі його розвитку.

У процесі комплектування фондів дослідники виділяють наступні етапи, що взаємопов`язані між собою. На першому етапі розробляється наукова концепція комплектування фондів, далі складається план комплектування з визначенням конкретних тем. Наступними етапами є підготовка до пошукової роботи і сама пошукова робота, в ході якої проводиться виявлення та збір предметів музейного значення.

Процес комплектування фондів технічних музеїв (і аерокосмічних в тому числі), як і історичних, спирається на принцип історизму. Це означає, що спочатку потрібно визначити місце пам`ятки в технічному розвитку, тобто відповісти на запитання, що створено, як воно взаємопов`язано з попередніми та наступними розробками, і по-друге, в який історичний період, ким створено, з якими фактами, подіями в історії суспільства пов`язано [2, с. 145].

Історична складова відіграє значну роль в концепції комплектування фондів Житомирського музею космонавтики. Вона покликана реалізовувати її наступні завдання: 1) виявляти в оточуючому середовищі пам`ятки історії, які найповніше відображають

 ©|O. Zosimovych, N. Scherbakova 2017

явища та процеси минулого та сьогодення космічних досліджень; 2) їх придбання до колекції музею та формування джерельної бази для музейної діяльності, історичних досліджень та профільних наук; 3) наукова організація музейних предметів, їх класифікація, систематизація, атрибуція, аналітична критика як історичних джерел; 4) популяризація історії та наукових досягнень космонавтики шляхом побудови стаціонарних експозицій, виставок, публікацій у науково-популярних виданнях, періодичній пресі; 5) включення результатів досліджень матеріалів фондів до наукового обігу.

На етапі пошуку та відбору джерел необхідно пам'ятати, що «музейні предмети відбираються не лише як оригінальні елементи певної дійсності, а головно як свідчення та представники суспільних вартостей, тому вони діють не як ікона чи «річ сама по-собі», а як ключ до пізнання та розуміння та як «річ для нас» [3, с.129]. Потрібно враховувати змістовне та історичне навантаження, яке характеризує епоху побутування музейного предмету.

У пошуках шляхів комплектування фондів музейні працівники встановлюють тимчасові та постійні зв`язки з особами та організаціями, які можуть бути або є власниками предметів музейного значення. Для музею космонавтики ім. С.П. Корольова такими особами є дочка Сергія Павловича – Наталія Сергіївна Корольова, члени її родини, конструктори, вчені, космонавти, приватні колекціонери, художники, фотографи. Дуже важливими є зв`язки з підприємствами, які розробляють та створюють ракетно-космічну техніку.

Аналітична критика майбутніх музейних предметів починається з процесу їх дослідження, зовнішньої критики, атрибуції, яка фіксується в спеціальних документах: наукових паспортах, легендах, книгах, каталогах. Останній етапом документизації пам`ятки, після якого вона стає частиною музейного фонду, є акт фондово-закупівельної комісії.

Український дослідник В. Козюба відзначає п`ять напрямків у формуванні музейної колекції: систематичний, тематичний, комплексний, інформаційний та музеєфікація. Систематичний відбір здійснює регулярне поповнення музейного зібрання однотипними музейними предметами, в результаті якого утворюються типологічні колекції, що характеризуються повнотою та ґрунтовністю. Тематичний забезпечує комплектування музейного фонду з одної, достатньо вузької, теми. Таке комплектування притаманне роботі над експозиціями та виставками. В музеї представлені такі тематичні експозиційні комплекси: «Космічні дослідження Інституту електрозварювання ім. Є.О. Патона», «Дослідження Місяця», «Історія пілотованих космічних польотів» тощо.

Інформаційний напрямок вважається найбільш ефективним у сучасній тенденції гуманізації знань та використання технологій для його розширення. «Суть цього напряму, - зазначає В. Козюба, - полягає в зборі інформації про всі артефакти, пов`язані з тематикою музею, незалежно від їх входження чи невходження до збірки цього музею… Продуктом інформаційного комплектування постають електронні каталоги та інші бази даних, віртуальні експозиції та музеї» [4]. Ідея "віртуальної реальності", за думкою іншої української дослідниці І. Пантелейчук «дозволяє активізувати інтерес до історичного минулого людства»[5, с. 17]. Музей космонавтики активно впроваджує інноваційні технології, прикладом яких може бути наступне: віртуальна екскурсія, розміщена на офіційному сайті музею, та взаємні екскурсії в режимі он-лайн з Литовським музеєм етнокосмології.

Останнім напрямком є музеєфікація – процес перетворення пам`ятки історії на об`єкти музейного показу з метою їх консервації та збереження в тому вигляді, у якому вони дійшли до нас, подальшого наукового дослідження й активного залучення до сучасної культури. Напрямок консервації використовується музеєм переважно стосовно меморіальних речей.

Початком формування колекції Музею космонавтики стали речі, пов'язані з особою С.П. Корольова, які передали мати Сергія Павловича Марія Миколаївна Баланіна-Корольова, його дружина Н.І. Корольова, колеги вченого, космонавти. Згодом, не дивлячись на режим секретності, який був накладений на космічну галузь в 70-х – 80-х рр.. минулого століття, музейна колекція поповнилася матеріалами та речами з науково-дослідних інститутів, підприємств космічної галузі [6, с. 36]. Додатковим джерелом поповнення фондів є приватні колекції.

Сьогодні музейний фонд нараховує близько 13 тис. предметів зберігання, з яких до державної частини Музейного фонду України належить 7627 одиниць. У ньому представлені майже всі види історичних пам`яток науки, техніки і культури, які об`єднуються в декілька фондів та груп.

І. Меморіальний фонд – особисті речі Сергія Павловича Корольова та його родини. До них належать деякі предмети, якими користувалась сім`я Корольових на початку XX ст.: швейна машинка, дзеркало, лампа, рушник, серветки, цукерниці, валіза, капелюх, листи матері С.П. Корольова, особисті речі самого Головного Конструктора: костюм, капелюх, фотоапарат, письмове приладдя, великий кабінетний глобус С.П. Корольова. Всього фонд нараховує 96 предметів.

ІІ. Фонд писемних матеріалів. Його складають документи, книги та інші друковані видання. Значну частину цієї колекції формують книги про С.П. Корольова, видатних вчених, конструкторів, космонавтів, про історію та розвиток космічних досліджень, періодичні видання з космічної тематики. Велику історичну цінність набувають раритетні книги з астрономії (XIX ст.), історії повітроплавання, підручники з точних дисциплін та теорії космічних польотів. До меморіальних належать видання з дарчими написами авторів, автографами космонавтів, вчених, конструкторів. Колекція книг містить 2500 предметів. Окремо потрібно відзначити зібрання з 38-ми справ про рекорди («Дело о рекордах»), які видавала Міжнародна астронавтична федерація до кожного рекорду, встановленого під час космічних польотів.

ІІІ. Фонд зображальних матеріалів містить цінну колекцію марок та конвертів, яка в основному поповнюється з подарунків приватних колекціонерів. Особливий інтерес викликають конверти із спецпогашеннями та автографами. Колекція фотоматеріалів в зібранні музею містить особливо цінні фотографії з автографами видатних особистостей. Вона широко використовується в різних формах музейної діяльності.

IV. Фонд речових матеріалів сформований з 9 груп. Основну частину фонду складають космічна техніка та спорядження: засоби виведення космічних літальних апаратів (рушійні установки), космічні апарати та їх обладнання (вимірювальні прилади, космічні інструменти та технологічні інструменти для проведення експериментів, ремонтних, монтажних робіт в умовах космічного польоту), засоби життєзабезпечення космічного польоту (польотні костюми, скафандри, космічне харчування, засоби особистої гігієни, медикаменти тощо). Особливу цінність мають справжні експонати, які були учасниками космічного польоту. В музеї зберігаються спускний апарат космічного корабля «Союз-27», аварійно-рятувальний скафандр «Сокіл», тренувальні, польотні костюми, одяг і взуття космонавтів тощо.

Певний історичний інтерес викликають предмети з деревини, які стали невід`ємною частиною музейної колекції. Під час створення музею жителі міста приносили старовинні меблі початку ХХ ст. для найбільш правдивого відтворення інтер`єру будинку, в якому жила в той час родина Корольових. Результатом відбору таких речей стало відкриття меморіальної частини музею, відтвореної за спогадами матері Сергія Павловича Корольова.

V. Фонд кіноматеріалів, фотоматеріалів, відеозаписів. Ця колекція містить відеофільми, DVD-диски з фільмами про С.П. Корольова, конструкторів ракетно-космічної техніки, історію космічних досліджень.

Кожний із предметів, що зберігається у фондах музею, безумовно є джерелом складної історичної інформації. Наведемо приклад аналізу змісту двох писемних предметів основного фонду з метою визначення їх історичної цінності. Це дві папки, які містять ксерокопії газетних статей, присвячених розвитку авіації, ракетобудування та космонавтики за 1925-1939 рр. та 1958-59 рр. В папках представлено матеріали центральних газет та журналів: «Правда», «Известия», «Комсомольская правда», «Красная Звезда», «Рабочая газета», журнали «Огонек» «Самолет», «Прожектор», «Наука і техніка», «Гражданская авиация». Ці вирізки протягом багатьох років збирав та зберігав Сергій Павлович Корольов. Цікаво, що після його раптової смерті спеціальна комісія, розбираючи сейф, викинула папки з пожовклими папірцями. На щастя знайшлись люди, що підібрали і зберегли той «непотріб» [7, с. 13]. До музею матеріали передав директор музею НВО «Енергія» (Москва) К.Н. Козлов. Особливий інтерес викликають статті першого періоду. Вони належать до того часу, коли Сергій Павлович тільки розпочинав свою трудову діяльність, працював в групі вивчення реактивного руху, а згодом – Реакривному науково-дослідному інституті (РНДІ) і дають уяву про інтереси майбутнього Головного Конструктора. В статтях розглядаються проблеми авіації, планеризму, повітроплавання та перших експериментів з ракетами. За свідченнями К.Н. Козлова, С.П. Корольов зберігав матеріали про планеристів, льотчиків, авіаконструкторів, яких він знав особисто або підтримував з ними особисті зв’язки. Він уважно прочитував статті, про що свідчать різноманітні відмітки: назва видання та дати, підкреслення, відмітки у вигляді зірочок та галочок.

Зміст статей надзвичайно різноманітний. Значна їх кількість присвячена розвитку планеризму. Так, у Криму відбувались щорічні змагання планеристів. Потрібно зауважити, що сам Сергій Корольов ще в часи студентства брав участь в VI та VII «Всесоюзних планерних змаганнях», представляючи планери «СК-2 «Коктебель» та «СК-3 «Красная звезда» власної конструкції, що відображалось в пресі. Особливо успішним був планер СК-3 «Красная звезда», на якому вперше льотчик Степанченок виконав фігуру вищого пілотажу – «мертву петлю». Про це писали центральні газети: «Известия», «Красная звезда», «Физкультура и спорт». Зокрема, газета «Красная звезда» повідомляла, що до змагань в 1930 році на планерах вищий пілотаж не застосовувався за винятком американських дослідів, під час яких планер не самостійно піднімався на висоту, а буксирувався туди літаком. Нижче в замітці надана біографічна довідка про С.П. Корольова. Можливо, вона стала єдиною публічною інформацією про майбутнього Головного Конструктора за всі роки його життя. Значне місце займають статті, присвячені проблемам спортивної і малої авіації. Планери та моторизовані планери розглядались як один з варіантів легких літаків. Їх пропонувалось використовувати для навчальних тренувальних польотів.

Зовсім небагато статей про розвиток ракетної справи. Це пояснюється початковим періодом розвитку світового ракетобудування. Перша була опублікована в «Известиях» за 1 квітня 1934 р. Вона пов'язана з виставкою, присвяченою дослідженню стратосфери, яку проводила Академія наук СРСР. На ній була представлена перша радянська ракета системи інженера Чертовского («Известия» 4 квітня 1934). Ракети розглядалисяся як засоби досягнення великих висот («Наука и техника» №№27-28 1935). У пресі також піднімалась проблема створення реактивних літаків (газета «На страже» від 8.05 1936).

Серед персоналій, відзначених С.П. Корольовим зустрічаються, перш за все, видатні льотчики. Їх імена регулярно з'являлисяся в пресі у зв'язку з рекордними на той час перельотами. Значна увага приділялась в авіаперельоту з Москви до Нью-Йорка через Тихий океан, який було здійснено екіпажем літака «Страна Советов» С.А. Шестаковим, Ф.Е. Болотовим, Б.В. Стерпіговим та Д.В. Фуфаєвим за 54 години 57 хв. («Известия» від 2.11. 1929). В колекції С.П. Корольова міститься інформація про досягнення зарубіжних льотчиків, авіаконструкторів та інженерів.

Зустрічаються в збірці С.П.Корольова відомості про невдачі та аварії, які були неминучими у використанні авіаційної техніки. Так, трагедією світового масштабу стало падіння великого літака «Максим Горький» та загибель великої кількості людей. Причиною аварії було визнано порушення правил безпеки та недисциплінованість льотчика, який супроводжував літак.

В окремій папці зберігалися статті, присвячені діяльності самого С.П. Корольова. З газети «Известия» від 13 жовтня 1932 р. дізнаємося, що в результаті конкурсу проектів легкомоторних стандартних літаків другу премію в розмірі 6 тис. руб. отримав інженер Корольов С.П.

Ідея використання реактивного руху дуже швидко втілювалась в життя, і вже в 1935 році РНДІ став засновником першої конференції з питань застосування реактивних літальних апаратів для освоєння стратосфери. С.П. Корольов виступив на ній з проектом крилатої ракети для польоту людини, про що розповідається в статті Юр. Я. «Ракетный двигатель в стратосфере» («За рулем» 27.02 1935.)

У папці знаходяться газетні публікації самого С.П. Корольова. Серед них є дві статті, опубліковані українською мовою в харківському журналі «За техніку» (18.08.1933.г. та 1.05 1934 р.). В одній з них, під назвою «Ракетоплани літатимуть над СРСР», були визначені перспективи використання реактивних двигунів для стратосферних польотів і зроблено передбачення: «реактивні рушії саме і є той засіб, що дозволить колись людині покинути нашу планету і вилетіти в світові простори».

Як бачимо, викладений вище матеріал є цінним джерелом для дослідження життя та діяльності Сергія Павловича Корольова в 20-30-х роках минулого століття. В той же час, досліджуючи газетні замітки, ми потрапляємо в епоху зародження авіації та ракетобудування, відчуваємо та переживаємо настрої, емоції, прагнення людей того часу, намагаємось, можливо несвідомо, реконструювати минуле.

Отже, особливістю фондової колекції Музею космонавтики ім. С.П. Корольова в Житомирі є тематичний напрямок збирання музейних предметів з історії світової і вітчизняної космонавтики, за яким відбувається пошук матеріалів та їх всебічне дослідження з метою включення отриманих відомостей до наукового обігу й доведення їх до широкого загалу. В той же час, колекція є цінним джерелом складної історичної інформації і містить відомості не тільки історії космонавтики, а й є унікальним зберігачем політичних, економічних, наукових, культурних, ментальних аспектів суспільства епохи зародження та стрімкого розвитку космічних досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кислий О. До формування теорії музеєзнавства: потреби теорії та практики / О. Кислий //Електронний ресурс: kukit..ru, pdf.
2. Москалець А. Комплектование фондов в государственном политехническом музее при НТУУ «КПИ» /А. Москалець // Український технічний музей: історія, досвід, перспективи. Матеріали 6-ї Всеукраїнської науково-практичної конференції .- Коростень:»Тріада С», 2007. – с. 144-147
3. Вайдахер Ф. Загальна музеологія: Посібник / Ф Вайдахер /Перекл. з нім. В.Лозинський, О. Лянг, Х. Назаркевич. – Львів.: «Літопис», 2005. – 632 с.
4. Козюба В. Наукова комплектація музейних фондів: теорія і практика / В. Козюба // Електронний ресурс: mdch.kiev.ua
5. Пантелейчук І. Трансформація музею як соціокультурного інституту (XIX – початок XXI ст.)/ Автореф. Дис. Канд..іст. наук: 17.00.01 / І. Пантелійчук; Київ. Нац. Ун-т культури і мистецтв. – К., 2006, 20 с.
6. Dyachuk I. Museum of a realized dream / I Dyachuk // Ruimtevaart, 2016. – №4. - p.36-39.
7. Копил О. Академік С.П.Корольов і ракетно-космічна техніка / О.Копил // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право): наук. ;урнал. – Вип..5. Спецвипуск / Голов. Ред. О.П.Степанов. – К.:Книжкове видавництво НАУ, 2006. – с.13-19

REFERENCES

1. Kysly O. To the formation of the museological theory: the needs of theory and practice/ O. Kysly electronic resourse: kukit..ru, pdf
2. Moskalets A. Assembling of funds at the state Polytechnic Museum of NTUU "KPI" /Moskalets A. // Ukrainian technical Museum: history, experience, prospects. Materials of the 6th all-Ukrainian scientific-practical conference .- Korosten:"Triad", 2007. – p. 144-147
3. Waidacher F. Total museology: Manual / F. Waidacher / Translated from German by V. Lozinsky, A. Liang, H.. Nazarewicz. – Lviv.: "Chronicle", 2005. – 632.
4. Kasuba V. Scientific assembling of the Museum collections: theory and practice / V. Kasuba //Electronic resource: mdch.kiev.ua
5. Panteleiciuk I. The Museum`s Transformation as a Sociocultural Snstitution (XIX – the beginning of XXI centuries)/ author. Dis. Candidate..ist. Sciences: 17.00.01 / I. Penteliciuk, Kiev National University of culture and arts. – K., 2006, 20 p.
6. I Dyachuk. Museum of realized a dream / I Dyachuk // Ruimtevaart, 2016. – No. 4. - p.36-39.
7. Kopyl E. Academician S. P. Korolev and rocket and space technology / A. Kopyl // Strategy of development of Ukraine (economy, sociology, law): Scientific Magazin. – Vol. 5. Special Edition / Chapters. Ed. A. P. Stepanov. – K.: Publishing house of NAU, 2006. – p. 13-19

Historical component of the S. Korolev`s Space Museum funds collection

O. Zosimovych, N. Scherbakova

Abstract. The article defines main goals, objectives and features of the assembling funds of the S. Korolev`s Space Museum, briefly analyzed the collection, the main stages of its formation, its historical component is determined, the specific example demonstrates the significance of Museum materials during historical research.

Keywords: *Zhytomyr Korolev`s Space Museum, the funds collection, the principle of historicism, historical sources, historical information.*

Историческое содержание материалов фондовой коллекции Музея космонавтики им. С.П. Королева в Житомире

Е. Ю. Зосимович, Н. М. Щербакова

Аннотация. В статье определены основные цели, задачи и особенности комплектования фондов Музея космонавтики им. С.П. Королева в Житомире, коротко анализируется его фондовая коллекция, основные этапы ее формирования, определяется ее историческая составляющая, на конкретном примере демонстрируется значение музейных материалов в исторических исследованиях

Ключевые слова. *Музей космонавтики им. С.П. Королева в Житомире, фондовая коллекция, принцип историзма, исторические источники, историческая информация.*

LEGAL SCIENCE

Новітні аспекти митної політики та митного права в Україні

О. В. Коломоєць

Міжнародний університет бізнесу і права, м. Херсон, Україна
Corresponding author. E-mail: nataliabotvina@ukr.net

Paper received 08.12.16; Accepted for publication 20.12.16.

Анотація. У статті міститься визначення митної політики та митного права, які є складовою державної політики України. Головним завданням митної політики є забезпечення захисту національних інтересів та національної безпеки України в політичній, економічній, соціальній, екологічній та інших сферах. Митна політика та право базуються на певних концептуальних засадах (базових національних інтересах та відповідних аспектах державної політики національної безпеки) і здійснюються шляхом реалізації відповідних доктрин, стратегій, концепцій і програм у різних сферах державної діяльності, як внутрішніх, так і зовнішніх, відповідно до чинного законодавства, міжнародно-правових актів та усталеної практики.

Ключові слова: *Митна політика, митне право, митна безпека, митні функції.*

Вступ. Сучасний етап характеризується для України постійним зростанням обсягів та розширенням масштабів міжнародної торгівлі, ускладненням та посиленням динамізму торговельних процесів, посиленням вимог міжнародних організацій щодо забезпечення вільного доступу іноземних товарів на внутрішні ринки та зниженням національних торговельних бар'єрів. Відбувається поглиблення інтеграції міжнародних вимог в національну практику митного регулювання України. Реалізація цих вимог пов'язана з певними потенційними загрозами забезпеченню національних інтересів України. «Відкритість» національної митної території для міжнародної торгівлі може завдавати економічні збитки для держави у вигляді недонадходжень до бюджету внаслідок викривлення митної вартості товарів, шкоди здоров'ю і безпеці споживачів, спричиняти зростання контрабандних потоків тощо. В таких умовах актуалізується потреба підвищення ефективності національної митної політики в сфері забезпечення невідкладного реагування на зовнішні загрози та оперативної протидії можливим негативним наслідкам таких загроз, в напрямку посилення забезпечення економічних інтересів держави й максимального врахування в національній системі регулювання міжнародних правил та вимог.

Короткий огляд публікацій по темі. Питання митної політики та митного права України досліджували вчені А. А. Дубініна, Ю. М. Дьомкін, І. Г. Бережняк, П. В. Дзюбенко, Б. М. Бабрічидзе, О. Б. Єгоров, С. В. Сорокіна, С. І. Пирожков та інші, котрі, зокрема, з'ясовували поняття, мету, механізм формування митної політики та права.. Однак, останнім часом, а особливо у зв'язку з прийняттям Митного кодексу України, актуалізується значимість подальших досліджень митної політики України.

Мета. Основною метою статті є дослідження митної політики та митного права держави і їх цілей, позначення теоретичних аспектів дослідження митної політики держави, знаходження шляхів удосконалення митної політики України в контексті забезпечення економічної безпеки України.

Матеріали і методи. Митна політика – це система принципів та напрямів діяльності держави у сфері забезпечення своїх економічних інтересів та безпеки за допомогою митно-тарифних та нетарифних заходів регулювання зовнішньої торгівлі.

Головним завданням митної політики є забезпечення захисту національних інтересів та національної безпеки України в політичній, економічній, соціальній, екологічній та інших сферах. Митна політика базується на певних концептуальних засадах (базових національних інтересах та відповідних аспектах державної політики національної безпеки) і здійснюється шляхом реалізації відповідних доктрин, стратегій, концепцій і програм у різних сферах державної діяльності, як внутрішніх, так і зовнішніх, відповідно до чинного законодавства, міжнародно-правових актів та усталеної практики.

Митна політика є складовою внутрішньої та зовнішньої політики держави, з чим погоджується більшість науковців і практиків. Пріоритетними напрямками митної політики у внутрішньополітичній сфері є: забезпечення неухильного додержання прав і законних інтересів господарюючих суб'єктів та громадян, захисту інтересів держави; модернізація митних органів України; забезпечення прозорості в діяльності органів митної служби, прийнятті управлінських рішень, інформованості населення України з питань митного регулювання, зміцнення на цій основі його довіри до посадових осіб митних органів; недопущення неконтрольованого ввезення в Україну екологічно небезпечних технологій, речовин і матеріалів, протидія митним правопорушенням.

Митна служба України – це єдина громадська система, яка складається з митних органів і спеціалізованих митних установ і організацій. Безпосереднє здійснення митної справи покладається на митні органи України. До них відносяться Державна митна служба України, спеціалізовані митні установи, регіональні митниці, митниці, митні пости [2].

Митні органи, реалізовуючи митну політику України завдяки Конституційному положенню та Митного кодексу виконують контроль за дотриманням законодавства України з питань митної справи; захищають економічні інтереси України; забезпечують виконання зобов'язань передбачених міжнародними договорами України з питань митної справи; сприяють захисту інтелектуальної власності учасників зовнішньоеконо-

 ©|O. V. Kolomoiets 2017

мічних зв'язків; здійснюють застосування відповідного закону заходів тарифного і нетарифного регулювання при переміщенні товарів через митний кордон України

Конституційні положення і норми покликані стати правовими стимуляторами оновлення Митного кодексу, приведення його положень у відповідність до вимог Конституції України [1].

Конституційні норми є головними, початковими положеннями для розробки митного права.

Важливим джерелом митного права є також Митний кодекс як комплексний закон у галузі митної справи.

Інші нормативні акти можна поділити на дві групи:

1) Закони, що безпосередньо регулюють митну справу («Про митну справу», «Про Єдиний митний тариф»), Укази Президента України («Про Державну митну службу» тощо). Ці документи визначають основні положення митної політики, які впливають на формулювання, розробку інститутів, норм митного права, його відношення до інших галузей права;

2) нормативні акти з окремими положеннями, що стосуються митної справи, а саме: закони про ввезення та повернення культурних цінностей, про бартерні операції, про вільні економічні зони тощо; нормативні документи Кабінету Міністрів України, Держмитслужби, накази, у тому числі спільні з іншими міністерствами та відомствами, Національним банком України.

Якщо розглядати загальну характеристику митного права, то воно, комплексне за своїм характером, вбирає в себе окремі норми кримінального і кримінально-процесуального права. Але якщо кримінальне право розглядати як одну із базових галузей права, то воно служить відправною засадою для частини митного права, яке регулює відносини, що виникають при скоєнні злочинів (контрабанда). Санкції за такі злочини в Митному кодексі не визначаються, у ньому містяться відсилання до Кримінального кодексу.

Ті обставини, що поняття і склад злочину «контрабанда» визначається і в Митному кодексі, тільки підкреслює комплексний характер митної політики та її правового регулювання.

Митне право має тісні зв'язки і з кримінально-процесуальним правом: митні органи віднесені до переліку органів дізнання.

Це обґрунтовано тим, що адміністративне право складається із норм, частина яких регулює відносини в галузі митної політики, а також тим, що за характером і природою норми митного права по суті є адміністративно-правовими: наприклад, організаційно-управлінські відносини, відносини, що стосуються порядку переміщення через кордон товарів і транспортних засобів, порушення митних правил тощо.

Джерелом митного права, як будь-якої галузі права, є офіційно-документальні форми відображення і закріплення норм права, що створюються органами державної влади та стосуються загальних норм поведінки в митній галузі.

Джерелами митного права є: правові акти, в яких закріплені норми митного права (Конституція, закони Верховної Ради, укази та розпорядження Президента, постанови, рішення Кабінету Міністрів України); міжнародні нормативно-правові акти, що стосуються митної справи світового співтовариства. Порядок їх використання для національного митного права і законодавства визначено в ст. 11 Закону України «Про митну справу в Україні», зокрема вони імплементуються в наше митне законодавство після їх затвердження Верховною Радою [1].

Потужним джерелом митного права є суспільна, точніше суспільно-виробнича, практична митна діяльність. У процесі своєї реалізації митна справа оновлюється, пристосовується до нових умов суспільно-економічного життя держави, що в свою чергу вимагає оновлення її правового та законодавчого забезпечення.

Згідно зі ст. 10 Закону України «Про митну справу в Україні», митна справа в Україні регулюється цим Законом, Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність України», Митним кодексом України, Законом України «Про Єдиний митний тариф», іншими законодавчими актами України, прийнятими відповідно до цього Закону.

Крім того, в ст. 11 Закону зазначається, що Україна дотримується зобов'язань, що випливають з її міжнародних договорів. У випадку, якщо міжнародним договором України встановлено інші правила, ніж ті, які містяться в цьому Законі та інших законодавчих актах України про митну справу, застосовується правило міжнародного договору [5].

Важливими чинними нормативними актами з регулювання митної справи є: Указ Президента України від 29 листопада 1996 р. «Про Державну митну службу України»; Указ Президента України від 23 березня 1998 р. «Про внесення змін і доповнень до Указу Президента України від 29.11.1996 р. № 1145/96».

Указ Президента України від 24 серпня 2000 р. «Питання Державної митної служби України», яким затверджується Положення про Державну митну службу України.

Спрямованість цілей митної політики та митного права на захист ринку товарів і на стимулювання розвитку національної економіки обумовлює її тісний зв'язок з внутрішньою політикою держави. Як складова частина зовнішньої політики держави, митна політика покликана реалізовувати зовнішньоекономічні інтереси держави, щоб не лише захищати національну економіку від розвалу, але і сприяти проведенню її структурної перебудови з метою пожвавлення, оздоровлення і подальшого підйому [4].

Зважаючи на відзначені тенденції та умови функціонування митної політики в Україні, пріоритетами підвищення дієздатності політики держави у цій сфері мають стати:

- підвищення рівня захисту національних інтересів держави за допомогою інструментів митної політики з одночасним збалансованим впровадженням міжнародних вимог та стандартів;

- спрощення митних процедур за рахунок покращення системи управління ризиками, що дозволить зосередитися на ідентифікації та інспектуванні високоризикованих вантажів;

- створення максимально сприятливого середовища для учасників зовнішньоекономічної діяльності з метою активізації здійснення ними експортно-імпортних операцій;

- підвищення ефективності оперативного виявлення та протидії негативним явищам в середовищі зовнішньої торгівлі, які є потенційними загрозами безпеці та інтересам держави.

Реалізація цих пріоритетів вимагатиме здійснення у найближчій перспективі низки заходів, які дозволять посилити рівень захисту національних інтересів держави, створити сприятливі умови для збільшення обсягів зовнішньої торгівлі, позитивно вплинути на соціальний та економічний розвиток України.

Митна політика є одним з основних інструментів протекціоністської політики держави. Як член Світової організації торгівлі – WTO (World Trade Organization), Організації економічного співробітництва і розвитку (Organization for Economic Cooperation and Development), а також держава, яка претендує на членство в Євросоюзі, Україна формує митну політику з дотриманням вимог цих організацій.

Сучасний етап реалізації митної політики України характеризується постійним ростом об'ємів і розширенням масштабів міжнародної торгівлі, ускладненням і посиленням динаміки торгових процесів, посиленням вимог міжнародних організацій відносно забезпечення вільного доступу іноземних товарів на внутрішні ринки і зниженням національних торгових бар'єрів. Відбувається поглиблення інтеграції міжнародних вимог в національну практику митного регулювання України [2].

Реалізація цих вимог пов'язана з певними потенційними загрозами забезпеченню національних інтересів України. «Відкритість» національної митної території для міжнародної торгівлі може нанести економічні збитки для держави у вигляді недонадходжень до бюджету в результаті спотворення митної вартості товарів, шкоди здоров'ю і безпеці споживачів, спричинити ріст контрабандних потоків і тому подібне. У таких умовах ставати актуальнішою потреба в підвищенні ефективності національної митної політики у сфері забезпечення моментального реагування на зовнішні загрози і оперативної протидії можливим негативним наслідкам таких загроз, у напрямі посилення забезпечення економічних інтересів держави і максимального обліку в національній системі регулювання міжнародних правил і вимог.

Результати та їх обговорення. Упродовж останнього часу намітилися значні прогресивні зрушення у напрямі удосконалення національної митної політики. Позитивними досягненнями у сфері здійснення митної політики варто визнати:

1. Активізацію взаємодії митних органів з суб'єктами ведення господарства, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

2. Активізацію роботи з приведення законодавства України у сфері захисту прав інтелектуальної власності до рівня світових стандартів з метою посилення протидії незаконному переміщенню товарів, які містять об'єкти права інтелектуальної власності.

3. Налагодження ефективної взаємодії з митними службами суміжних держав і країн видатних торгових партнерів України в цілях виявлення корупційних тіньових схем в зовнішньоекономічній діяльності і організованих угрупувань.

4. Досягнення певного прогресу у напрямі створення, підготовки до впровадження і розвитку системи електронного декларування товарів.

5. Вживання низки заходів по нормативному забезпеченню заборони ввезення на митну територію України продуктів харчування незадовільної якості, зокрема м'ясопродуктів.

Реалізація цих пріоритетів вимагатиме здійснення в найближчій перспективі ряду заходів, які дозволять посилити рівень захисту національних інтересів держави, створити сприятливі умови для збільшення обсягів зовнішньої торгівлі, позитивно вплинути на соціальне і економічний розвиток України.

Висновки. В ході дослідження митної політики та митного права було виявлено такі проблеми:

1) Проблема з підтримкою міжнародної безпеки, а саме контроль і боротьба з контрабандою.

2) Підтримка міжнародних санкцій.

3) Підтримкою екологічної безпеки.

4) Проблема вдосконалення митно-тарифного регулювання в Україні.

Митна політика України розвивалася у напрямі паралельного розвитку усіх сторін системи митно-тарифного регулювання відповідно до передових, загальновизнаних норм і правил міжнародної практики. Вона включала одночасне рішення проблем заповнення теоретичного вакууму, перебудови митної інфраструктури і активну участь в опрацюванні митного права, які повинні забезпечувати мінімізацію митних процедур і ефективність митного контролю. Вона передбачає дотримання низьких тарифних ставок на переважну більшість товарних позицій, особливо на товари з низькою мірою обробки.

Особливий захист треба приділяти продукції сільського господарства і окремим галузям машинобудування. Паралельно слід впроваджувати ефективну систему аналізу ризиків для запобігання митним правопорушенням. Корисним також стало б скорочення товарної номенклатури за прикладом Японії, Китаю або США, що зробило б її прозоріше і, як наслідок, зменшило зловживання декларуванням товарів не за своїм кодом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Митне право України. Посібник / Під ред. Доц., к.ю.н. Р. Б. Шишкіна. - Харків: Національний ун-т внутрішніх справ, - 2012 - 180 с.
2. Гребельник О. П. Митно-тарифна політика за умови трансформації економічної системи: Монографія / О.П. Гребельник: Київ. нац. торг. - екон. ун - т. - 2015. - 488 с.
3. Дубініна А.А., Сорокіна С. В. Основи митної справи України / А.А.Дубинина // Наук. Посібник. - Київ, - 2014. - 360 с.
4. Науменко В.П. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні / В.П. Науменко, Л.В. Пашко, В.А. Русков. - Київ, - 2014. - 420 с.
5. Мостовий А.С. Зміни в митному праві Європейського Союзу / А.С. Мостовий // Митна справа №5(47), - 2015. - С. 33-37.

REFERENCES

1. Custom right of Ukraine. The manual / Under the edition of PD. R. B. Shishkina. - Kharkiv: National university of internal affairs, - 2012 - 180 p.
2. Grebelnik O.P. A Custom - tariff policy is on condition of transformation of the economic system: Monograph / O.P. Grebelnik - Kyiv national trade and economic university. - 2015. - 488 p.
3. Dubinina A.A., Sorokina S.V. Bases of of custom matter of of Ukraine / A.A. Dubinina // Scientific manual. - Kyiv, - 2014. - 420 p.
4. Naumenko V.P. The custom adjusting of foreign economic activity in Ukraine / V.P. Naumenko, L.V. Pashko, V.A. Ruskov. - Kyiv, - 2014. - 420 p.
5. Mostoviy A.S. Changes of in a custom law of European Union / A.S. Mostoviy // Custom law #5(47), - 2015. - P. 33-37.

The newest aspects of customs policy and custom right are in Ukraine

O. V. Kolomoiets

Abstract. In the article contained determinations of customs policy and custom right, that are the constituent of public policy of of Ukraine. The of main task of customs policy is providing of defence of national interests and national safety of of Ukraine of in, economic, social, ecological and other political spheres. An of customs policy and right are based on certain conceptual principles (base national interests and corresponding aspects of public policy of national safety) and comes true by realization of corresponding doctrines, strategies, conceptions and programs in the different spheres of government activity, both internal and external, in accordance with a current legislation, international law acts and withstand practice.

Keywords: *customs policy, custom right, custom safety, custom functions.*

Новейшие аспекты таможенной политики и таможенного права в Украине

О. В. Коломоец

Аннотация. В статье содержится определения таможенной политики и таможенного права, которые являются составляющей государственной политики Украины. Главным заданием таможенной политики является обеспечение защиты национальных интересов и национальной безопасности Украины в политической, экономической, социальной, экологической и других сферах. Таможенная политика и право базируются на определенных концептуальных принципах (базовых национальных интересах и соответствующих аспектах государственной политики национальной безопасности) и осуществляются путем реализации соответствующих доктрин, стратегий, концепций и программ в разных сферах государственной деятельности, как внутренних, так и внешних, в соответствии с действующим законодательством, международно-правовыми актами и устоявшейся практикой.

Ключевые слова: *таможенная политика, таможенное право, таможенная безопасность, таможенные функции.*

Правова теорія військового мистецтва: від Стародавнього Риму до початку формування правової ідеї виникнення Армії Євросоюзу

С. М. Кравчук

Кафедра суспільно-гуманітарних наук, Українська академія друкарства, м. Львів, Україна
Corresponding author. E-mail: lanapravo@mail.ru

Paper received 15.01.17; Accepted for publication 25.01.17.

Анотація. Розглядається питання можливості врахування теоретичних правових аспектів військового мистецтва при створенні Армії Європейського Союзу, на підставі рецепції римського права. Вбачається переосмислення самого підходу до цього питання та врахування людиноцентристських бачень та використання збалансованого методологічного підгрунтя. Стаття є первинною спробою застереження Євросоюзу від майбутніх правових та практико тактичних помилок при організаціїї та веденні військово-оборонних справ. Синтезується потреба створення юридичної підставності і мудрого зваженого вибору.

Ключові слова: *Армія, ідеальний громадянин Риму, римське право, Європейський Союз, людиноцентризм.*

Вступ. На сьогоднішній день відсутні наукові філософські чи правові публікації з питань формування Армії Європейського Союзу. Але це питання було висунено як певну ідею, яка потребує як філософського так і правового осмислення та конструктивного обговорення на дипломатичному міжнародному рівні.

Зараз світ зазнає радикальних правових, політичних, економічних та духовних змін. Глобалізація та інформатизація перетворила всю планету на єдиний соціальний організм. Стабільність в ньому порушено нескінченними змінами. Загалом ера глобалізацій у взаємовідносинах держав змінює еру протистояння. Однак, небезпека для миру в сучасному світі залишається. За таких умов важливим засобом забезпечення безпеки суспільства і держави є армія та створення продуманих правових важелів, відповідного законодавчого врегулювання процесу та порядку її створення.

Короткий огляд публікацій по темі. Різні сторони армії, як соціального так і правового інституту сучасного суспільства, під різними кутами зору розглядали українські дослідники В. Абрамов, Е. Афонін, О. Бодрук, В. Гречанінов, В. Горбулін, В. Грубов, Л. Гончаренко, О. Дзьобань, В. Мандрагеля, Є. Мануйлов, А. Папікян, В. Смолянюк, О. Панфілов, Г. Перепелиця, М. Требін, В. Чорний, О. Штика, М. Цюрупа та багато інших.

Ціль. Очевидним є той факт, що європейська дипломатія часто не в змозі вирішити певні кризисні моменти на континенті. А коли дипломатія безсильна, то за відомим висловом і реальним фактом, – «починають говорити гармати». Метою нашої публікації є спроба заглянути в майбутнє на підставі аналізу минулого, акумуляції позитивного досвіду та певних загальних філософських висновків та правових бачень. Виокремити певний новий об'єкт тематичного дослідження для науковців. Наштовхнути на подальші наукові пошуки та наукові знахідки вирішення пропонованої проблематики, щоб саме право стало мистецтвом добра та справедливості (*Jus est ars boni at aequi).*

Матеріали та методи. Історія військового мистецтва у поєднанні з правовою теорією досліджує виникнення та еволюцію ***форм і способів*** ведення озброєної боротьби, узагальнює досвід усіх минулих воєн, ***показує процес*** розвитку військового мистецтва і ***розкриває його закономірності***, створюючи тим самим ґрунтовну основу для надійного захисту та безпеки людини.

Взагалі, наука управління – одна з найдавніших наук – дала поштовх появі філософії вчення управління ще в різних країнах Давнього Світу, була предметом наукових пошуків батька історії Геродота, сприяла появі громадянського права [1, с. 758]. Вищевказаний тезис актуальний та застосовний і до правової теорії «військового мистецтва». До того ж, практично вся (за виключенням Швейцарії) європейська політична система походить з Риму. Отже, можуть бути застосовані всезагальні закони організації (тектології).

Результати та їх обговорення. На неформальному саміті лидерів 27 держав Євросоюзу, однією з тем була оборонна політика Євросоюзу, розроблена за ініціативою Німеччини та Франції. Обговорено етапи створення об'єднаної армії. Цікаво, що одним із ідеологів створення європейської армії є віце-президент ЄС, представник ЄС з іноземних справ і безпеки Федеріка Могеріні. За її словами, у Європі вперше за тривалий час створився «політичний простір» для просування відповідного проекту. «Ми досягли поворотного моменту. Ми можемо перезапустити європейський проект і зробити його більш функціональним і потужнішим для наших громадян та решти світу», – заявила політик, виступаючи перед європейськими дипломатами [2].

Загальновідомо, що у Німеччині вже більш як 10 років жінки можуть служити в армії. Слушно зауважити, що за цей час кількість представниць слабкої статі в бундесвері зросла в чотири рази. І таких жінок, які готові служити зі зброєю в руках, стає дедалі більше [3]. За «нормативами» ЄС чоловіки та жінки рівні, але показово у нашому видку, що за безпеку дбає жінка, це свого роду складний але здоровий первісний «материнський інстинкт», а в політичному, соціальному та правовому сенсі – програма певних дій зумовлена турботою про нащадків та збереження певних особливих цінностей. Багатьом чоловікам і сьогодні не збагнути ні цього інстинкту, ні мудрих жіночих передбачень та пристосувань до змін сьогодення, ні саму тактику.

Згадалось, що досліджено цікавий факт живої природи (журнал Proceedings of the Royal Society, Скандинавія), наприклад, матері-ведмедиці навчились діяти за принципом «ворог мого ворога – мій друг», використовуючи близькість людини, для захисту свого потомства від нападів самців. Це додаткове природниче підтвердження того, що материнська природа в живій природі є незбагненно мудрою.

До речі, Федеріка Могеріні вивчала політику (scienze politiche) в римському університеті ла Сап'єнца. І у свій час вона відповідала за напрямок політики забезпечення рівних можливостей [4].

Саме рецепції римського права належать до найбільш помітних явищ у розвитку європейських цивілізацій і вони теж часто оцінюються як такі, що відображають вплив певної «материнської» правової системи на право більш пізнього часу [5, с. 279]. В результаті цього по сьогодні відбувається формування та вдосконалення європейських правових систем сучасності на всіх рівнях.

На нашу думку, пропонована ідея та безпосередньо погляди самої Федеріки Могеріні сформовані на підставі історичної правової школи Німеччини [6] і це логічно. Вони обумовлені позицією інтуїтивної оцінки «народного» (суспільного) духу, готовності жертвувати заради гармонійності доктрини певними явищами (матеріальні витрати та ін.)

 ©|S. M. Kravchuk 2017

Але, відповідно, це зумовлює і об'єктивну потребу створення логічної ідеальної моделі, виправданої у будь-якому сенсі.

Попри розширену міжнародну правову об'єктивацію високих людиномірних ідеалів, на жаль, наше людство не завжди наповнене миролюбством. Зростають прояви тероризму, як би сумно це не звучало. А згідно з дослідженнями швейцарця Жана-Жака Бабеля, за всю відому нам історію людства, за останні 5500 років, у мирі людство прожило всього 292 роки [7]. Світ не позбувся насильства. Збройні сутички та війни породжують спеціальний державний інститут – армію. Армія – певна суспільна, юридично обґрунтована модель, що слугує утримуючим та вирішуючим силовим фактором. Хоча, зазвичай є атавізмом тоталітарної системи. Як показало життя, будь-яке механічне копіювання чужого досвіду у цьому плані може привести до небажаних наслідків. Традиційно відмінними рисами будь-якої армії вважалися: особлива система її організації й комплектування. Отже, саме цьому питанню слід приділити особливу правову увагу уже на старті.

В історичному аспекті, наприклад, у державах рабовласницького суспільства первісною основою військової системи являлася обов'язкова служба вільного населення. При цьому різні соціальні верстви населення займали в армії місце, що відповідає їх майновому й політичному статусу. Сьогодні життя складається таким чином, що як казав Луцій Анней Сенека: «а покажи мені, хто не раб у тому чи в іншому змісті». Порівняння грубе, але висвітлює аспект певної людської залежності від багатьох буттєвих факторів сучасного світу. Демонструє незахищеність окремих прав людини чи держав. У Стародавньому Римі громадяни служили у війську по добрій волі, і після війни, як правило, поверталися до мирної праці. Пізніше в Римі відійшли від цього правила. Було створено нове військо преторіанців, що стояло під Римом і стало учасником багатьох змов.

Майбутнє – це завжди добре осмислене минуле. Як кажуть, щоб вміти скористатися досвідом, потрібен досвід. Та іноді досвід біжить за людиною на дарма, бо людина схильна бігти швидше, як сказав відомий журналіст Роберт Лембке.

Право в Стародавньому Римі саме по собі вважалось верховною владою, якій підпорядковувались всі громадяни не залежно від свого статусу у суспільстві. Панувало Верховенство Права, а закон виражав волю головного носія права – громадян, народу [1, с. 758]. Загалом же, Римська держава увібрала в себе численні культури і технічні досягнення підкорених народів, асимілювала, зберегла і надала їм статусу універсальності. Тому, на нашу думку, при створенні армії ЄС необхідно скористатись місцевим позитивним досвідом держав-членів у військовому плані. Бачення жодної з країн не повинні бути відкинуті. Рим вимагав від індивіда згідно з древніми традиціями абсолютної соціальної дисципліни, він не намагався знищити індивідуальну оригінальність, а навпаки, стимулював і схвалював будь-яку ініціативу в інтересах імперії [8]. Подібно, в умовах сьогодення, не повинні відкидатись окремі бачення в цьому аспекті окремих ідеологів, правників, філософів та ін.

Як відомо, у кожному процесі є певна критична точка. Подібно до того, як імператорський культ в Римській імперії був покликаний відігравати роль ідеї, що об'єднує суспільство, створення армії ЄС теж певна об'єднуюча ідея. Втілення її в масову свідомість автоматично набуває позитивних рис: чим більш згуртоване суспільство, тим більш сильним воно є. Але масова свідомість – настільки складна та непередбачувана субстанція, що з нею необхідно поводитись дуже обережно.

При створенні армії ЄС недопустимою є помилка Стародавнього Риму щодо певного «розмивання» традиційних римсько-громадянських основ армії (набір в легіони провінціалів з наступним переходом до локального рекрутства). Це мало парадоксальний ефект: поряд зі збільшенням бази рекрутування зросло розмежування між армією і самим громадянським суспільством [9, с. 124]. В майбутньому ЄС слід уникати дій пов'язаних з цією помилкою. Оскільки, ЄС – спільнота що діє через систему наднаціональних інституцій та спільно узгоджених рішень держав-членів, у ній має місце громадянська єдність через стандартизовану систему законів у якій, в свою чергу, з'явиться потреба фіксації *принципу рівномірності* та *виборності участі* в такому суспільному та юридичному інституті як Спеціалізована Армія Європейського Союзу (віримо, що в недалекому майбутньому – САЄС).

Фундатор реалістичної (прагматичної) школи права Р. фон Ієрінг [10, с. 73 – 101], опонент Ф. К. фон Савіньї, на підставі розуміння права як безпосереднього продукту життя, вважав, що всі великі зміни в суспільному житті тягнуть за собою зміни і в сфері права. При цьому він наголошував, що важливими є не тільки певні національні сили та потенціал кожного окремого народу, а й його зіткнення з іншими народами, запозичення. Спільноти, що прагнуть лише національної замкнутості, цим самим прирікають себе на застій.

Застарілі шаблони правового мислення повинні бути відкинуті. Було навіть визначено загальну методологію правотворчості: Durch das Romishe Recht uber aber das Romishe Recht hinaus [10, с. 37 – 38]. Отже, потрібно створити норми, які б не суперечили існуючому праву а також «вимальовували б» цей новий правовий інститут армії ЄС.

Вирішити проблему безпеки Євросоюзу буде можливо за умови повного належного фінансування такої армії, комплексного підходу до комплектування спеціалізованих Збройних Сил. А передумовою до цього є створення зваженого правового врегулювання всіх аспектів даного інституту, задля регульованого забезпечення високої «римської» дисципліни та формування привентивної внутрішньої самодисципліни кожної людини з держави-члена ЄС на благо миролюбства та співпраці, радше діалогу, аніж конфронтації, з обов'язковою забороною будь-якого військового «планованого театру особливих дій». Всі найважливіші аспекти потребують детального правового регулювання. Звичайно, це Великий проект і справа майбутнього, яке покаже рівень правосвідомості та духовної зрілості до великих перетворень. Перші ідейні кроки у цьому напрямку – демонстрація того, що ЄС серйозно ставиться до захисту власних цінностей. Юридично сьогодні до компетенції ЄС не входить забезпечення національної безпеки країн і лише НАТО залишається єдиною «цікавою» у правовому сенсі, унікальною «безпековою парасолькою». Сьогодні ще рано говорити про форму цього обдумуваного військового шедевру та найпростішою з них нам видається майбутнє створення чогось на зразок примітивного "спецназу швидкого реагування".

Ну і, звичайно, не без «ложки дьогтю». Сьогодні Великобританія протистоїть планам створення армії Євросоюзу. У неї залишається право вето. Оскільки, у неї, як і в низки інших держав, є певні побоювання підриву НАТО. Поряд з цим вона вбачає певні протиріччя (контроверзи) і втручання у суверенітет інших держав, а передусім, – у власний. Такі протистояння зникнуть, коли більшість реально усвідомить інститут армії передусім як засіб безпеки та авторитету, а не наступу чи, навіть, безпосередньо захисту. Він може слугувати об'єднуючим а не розділяючим фактором формування громадянської свідомості. Адже, це можливість створення взірця високого військового захисного мистецтва і дисципліни, які б ґрунтувались на потужній фізичній і морально-психологічній підготовці. Це справа доблесті і честі громадянина-учасника Євросоюзу, на кшталт ідеального громадянина Риму і, звичайно, це здатність швидкого реагування задля миру і спокою. А вибагливий відбір у лави армії, високі гуманістичні ідеї та оплата слугували б ідеальною

умовою реалізації «чоловічого бойового інстинкту» на противагу «безтілесних» «практик» комп'ютерних ігор, астральних пошуків та інших цікавих задоволень, від яких сьогодні хворобливо залежна більшість юнаків віку, що за слов'янською традицією звучить у народі «кров з молоком», а у праві фігурує як призовний. Принцип розумної достатності може стати мірилом тих реальних витрат, які доцільні для забезпечення оптимально-необхідного режиму забезпечення планованого надійного оборонного потенціалу ЄС.

Висновки. Отже, пропонуємо комплексний, осмислений і юридично обґрунтований підхід до самого аналізу ідеї та її практичної реалізації, передусім, продуманої правової фіксації всіх аспектів, для досягнення очікуваного захисного ефекту при створенні армії Європейського Союзу. Це, в свою чергу, зумовлює потребу нових відповідних наукових досліджень як ґрунтовної платформи всіх пов'язаних з цим важливих і доцільних аспектів, зважень та противаг. Піднята у статті проблематика є малодослідженою, ще зовсім новою і потребує залучення різнопланових знань та підходів для здійснення правильного обдуманого вибору. Отже, закликаємо до нових наукових розробок цього питання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Підопригора О. А. Римське право: підручник / Підопригора О. А., Харитонов Є. О. – К.: Юрінком Інтер, 2007. – 512 с.
2. Филатов А. Евросоюз собирает собственную армию [Електронний ресурс] – URL: https://utro.ru/articles/2016/09/07/1296448.shtml. (Дата звернення: 10.09.2016).
3. Кандиба Я. Жінки й армія – десять років на службі бундесверу [Електронний ресурс] – URL: http://uzv.org.ua/zhinki-y-armiya-desyat-rokiv-na-sluzhbi-bundesveru/. (Дата звернення: 12.12.2016).
4. Материалы из Википедии. Могерини Федерика [Електронний ресурс] – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%B3%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B8,_%D0%A4%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0. (Дата звернення: 25.12.2016).
5. Харитонов Є. О., Харитонова О. І. Від осмислення рецепції римського права – до формування загальної теорії взаємодії правових систем // Право України. – № 1. – 2014.
6. Немецкая историческая школа права. – Челябинск, 2010. – 528 с.
7. Посилання на сайт: «Мифы или реальность». Саме криваві війни [Електронний ресурс] – URL: http://molomo.com.ua/inquiry/bloody_wars.html. (Дата звернення: 2.12.2016).
8. Полікарпов В. С. Лекції з історії світової культури. [Електронний ресурс] – URL: http://readbookz.com/book/209/7882.html. (Дата звернення: 12.02.2017).
9. Михалюк О. В. Процес «варваризації» римської армії в оцінці античних авторів // Журнал: Античний світ та археологія, № 11. – 2002
10. Иеринг фон Р. Дух римского права // Иеринг фон Р. Избранные труды: в 2 т. – СПб., 2006. – Т. II.

REFERENCES

1. Pidopryhora O. A. Roman Law: textbook / Pidopryhora O. A., Kharytonov Ye. O. – Kyiv: Yurinkom Inter, 2007. – 512 p.
2. Filatov A. European Union Gathers Its Own Army [E-resource] – URL: https://utro.ru/articles/2016/09/07/1296448.shtml. (Date of appeal: 10.09.2016).
3. Kandyba Ya. Women and Army – Ten Years in the Service of the Bundeswehr [E-resource] – URL: http://uzv.org.ua/zhinki-y-armiya-desyat-rokiv-na-sluzhbi-bundesveru/. (Date of appeal: 12.12.2016).
4. Materials from Wikipedia. Federica Mogherini [E-resource] – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%B3%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B8,_%D0%A4%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0. (Date of appeal: 25.12.2016).
5. Kharytonov Ye. O., Kharytonova O. I. From Understanding the Reception of Roman Law – to the Formation of the General Theory of Interaction of Legal Systems // Law of Ukraine. – № 1. – 2014.
6. German Historical School of Law. – Cheliabinsk, 2010. – 528 p.
7. Link to the website: "Myths or Reality". The Bloody Wars [E-resource] – URL: http://molomo.com.ua/inquiry/bloody_wars.html. (Date of appeal: 2.12.2016).
8. Polikarpov V.S. Lectures on History of World Culture. [E-resource] – URL: http://readbookz.com/book/209/7882.html. (Date of appeal: 12.02.2017).
9. Mykhalyuk O. V. The Process of "Barbarianization" of Roman Army in the Evaluation of Ancient Authors // The journal: Ancient World and Archaeology, № 11. – 2002.
10. Iering von R. Spirit of Roman Law // Iering von R. Selected Works: in 2 volumes – Saint Petersburg, 2006. – T. II.

Legal Theory of Military Art: from Ancient Rome to the Beginning of the Legal Idea Formation of the EU Army Emergence

S. M. Kravchuk

Abstract. The issue of the possibility of taking into account the theoretical legal aspects of military art to create the European Union Army has been reviewed, based on the reception of Roman law. Rethinking of the approach to the issue has been perceived as well as the consideration of people-centred vision and the use of the balanced methodological foundations. The article is a primary attempt to warn the EU about the future legal and practical-tactical errors during the organization and conduct of military and defence affairs. The need to create a legal basis and a wise balanced choice has been synthesized.

Keywords: *Army, an ideal citizen of Rome, Roman law, European Union, people-centred approach.*

Правовая теория военного исскуства: от Древнего Рима к началу формирования правовой идеи возникновения Армии Евросоюза

С. Н. Кравчук

Аннотация. Рассматривается вопрос о возможности учета теоретических правовых аспектов военного искусства при создании Армии Европейского Союза, на основании рецепции римского права. Предоставляется переосмысление самого подхода к этому вопросу и учет человекоцентристского видения и использования сбалансированной методологической основы. Статья является первичной попыткой предостережения Евросоюза от будущих правовых и практико-тактических ошибок во время организации и ведения военно-оборонных дел. Синтезируется необходимость создания юридических оснований и мудрого взвешенного выбора.

Ключевые слова: *Армия, идеальний гражданин Рима, римское право, Европейський Союз, человекоцентризм.*

SOCIAL COMMUNICATIONS

Основні технології формування аудиторії сучасного радіо

Т. Г. Бондаренко

Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Corresponding author. E-mail: tet_bondarenko@ukr.net

Paper received 28.01.17; Accepted for publication 05.02.17.

Анотація. Дослідницький пошук спрямовано на вивчення технологій формування сучасної радіоаудиторії. Унаслідок аналізу контенту провідних радіостанцій, а також на підставі спостереження за особливостями їх функціювання виокремлено такі технології: тематичне структурування та проблемна сегментація матеріалів; підготовка й реалізація тематичних спецпроектів; гейміфікація радійного контенту; співтворення; інтерактивні, мовні та промотехнології; функціювання на супутніх платформах; створення конвергованого контенту.

Ключові слова: *аудиторія радіо, технології формування радіоаудиторії, гейміфікація, інтерактивність, співтворення, промоція, конвергенція.*

Вступ. Медіа, чия діяльність безпосередньо орієнтована на споживача, перебувають у постійному пошуку технологій формування аудиторії, її зацікавлення, нових способів інформаційної взаємодії з нею. Не становлять винятку й радіостанції, що дбають про збільшення кількості своїх слухачів, оновлюють знання про склад та обсяг аудиторії, її поведінку, оскільки оперування такими даними оптимізує планування формату програм, різнотипного контенту, а отже, уможливлює задоволення потреб слухачів та співпрацю з ними. На часі – вивчення вітчизняного досвіду формування аудиторії радіо, систематизація основних технологій, які дають змогу втримувати сформоване коло слухачів, розширювати його, залучати до співтворення.

Стислий огляд публікацій за темою. Особливості журналістської діяльності на радіо описано в низці наукових праць як вітчизняних (В. Гоян, О. Гоян, Ю. Єлісовенко, В. Лизанчук, П. Мірошниченко, Ю. Нагорняк, І. Пенчук, В. Різун та ін.), так і зарубіжних учених (О. Агамян, Т. Васильєва, Я. Засурський, Т. Лебєдєва, Ю. Шаповал, О. Шерель, М. Яременко та ін.). Попри посутній науковий доробок, у літературі чітко не диференційовані та не схарактеризовані технології формування аудиторії радіо. У теоретичних студіях виокремлено лише способи зворотного зв'язку з аудиторією радіо: поштове спілкування, електронне спілкування, комп'ютер, пейджер, телефон тощо. У праці О. Гояна описано дистанційні методи формування цільової аудиторії, для яких характерні передусім технічні параметри, за допомогою яких респондентів опитують заочно й на відстані (телефонний зв'язок, інтернет, пейджинговий і поштовий зв'язок). Натомість стаціонарні методи формування цільової аудиторії базовані на безпосередньому (наочному) неформальному опитуванні великих і малих груп слухачів, кожну з яких добирають із певною цільовою метою. До цільових методів дослідник зараховує журі-групу, фокус-групу, аудиторіум-тест, електронний тест, PR-акцію [1, с. 215–216].

Мета – на підставі аналізу сучасного радійного дискурсу дослідити найбільш продуктивні технології формування аудиторії; систематизувати їх, подати теоретичні узагальнення, продемонструвати промовисті приклади для опису вітчизняної практики організації інформаційних взаємин у системі «медіа – аудиторія».

Матеріали й методи. У ході дослідження схарактеризовано перші тридцять видань, що входили до рейтингового списку http://top.bigmir.net/show/radio/ станом на січень 2017 року («Радіо 24», «Хіт FM», «NRJ – HIT MUSIC ONLY!», «Kiss FM», «Наше радіо», «Житомирська хвиля RAD**103,4**FM» та ін.). Для організації наукового пошуку застосовано історико-теоретичний, комплексно-аналітичний, концептуально-системний, фактологічний, описовий методи, спостереження, метод узагальнення.

Результати та їх обговорення. Технологія – це «сукупність знань, відомостей про послідовність окремих виробничих операцій у процесі виробництва чогось»; сукупність способів оброблення чи перероблення матеріалів, «виготовлення виробів, проведення різних виробничих операцій» [2, с. 1245]. Під поняттям технологія формування розуміємо комплекс методів, засобів і прийомів налагодження й реалізації інформаційної взаємодії зі споживачем, що розширює можливості організації аудиторії, управління її поведінкою та оптимізує ефективність медійної діяльності. Унаслідок аналізу контенту провідних радіостанцій, а також на підставі спостереження за особливостями функціювання радіо виокремлено низку технологій формування аудиторії, що схарактеризовані та проілюстровані прикладами нижче.

Технології тематичного структурування й проблемної сегментації матеріалів. Зручне й тематично виправдане розміщення матеріалів – важлива частина роботи журналіста. Її значущість посилюється з огляду на потребу не лише грамотно структурувати контент, а й вжити заходів для привернення уваги до нього. Проаналізовані сайти радіостанцій сегментують пропонований контент за вподобаннями («Українські хіти», «Краще з 90-х», «Дискотека 90-х», «Romantic collektion», «Хеппі Ранок» («Хіт FM»)); за популярністю («NRL TOP 40» (радіо «NRJ – HIT MUSIC ONLY!»)); за часовими характеристиками («Нові підкасти», «Музичні новини» – радіо «Kiss FM») тощо. Крім того, помітним є функціювання спеціальних рубрик, що зосереджують увагу слухачів-користувачів («ТОП новини», «Рекомендуємо» – «Радіо 24»). Особливе місце в радійному просторі посідає наявність ранкового ефіру, що виходить в один із прайм-таймів («Динаміки» – «Наше радіо», «Вівсянка Шоу» – радіо «Мелодія» та ін.).

 ©|*T. G. Bondarenko 2017*

Підготовка й реалізація тематичних спецпроектів на радіо. Під поняттям проекту розуміємо спеціальний контент, який орієнтований на конкретного адресата, підготовлений та опублікований у ЗМІ, що представляє всебічні відомості про важливу суспільно-політичну проблему, подію, явище та має на меті оперативно поширити їх, зацікавити якомога ширше коло користувачів, досягти певних змін. Теоретичні положення яскраво ілюструє спецпроект «Українського радіо», що був започаткований у 2000 році та приурочений до Дня української писемності – «Всеукраїнський радіодиктант національної єдності». 22 листопада на адресу «Українського радіо» надійшло понад 17 тис. листів від учасників, із них – 2300 електронною поштою. Листи надіслали з усіх областей України, а також із-за кордону. Такі проекти дають змогу привернути увагу слухачів на національному рівні, спонукають до виконання спільного завдання, передбачають подальшу взаємодію. Патріотичний ексклюзивний проект «Американська легенда» присвячений людям, які, живучи у США, завдяки вірі у власні сили, наполегливості й вірності своїм принципам досягли успіху та змінили світ (радіо «Люкс FM»).

Гейміфікація радійного контенту – розроблення ігрового складника для ефективної реалізації розважальної функції радіо. До ігрової журналістики, що побудована на певному сюжеті й дотриманні правил, належать прості ігри та інтерактивні ігри, які передбачають обов'язковий зв'язок із редакцією [4, с. 39–40]. Гейміфікація контенту дає змогу акцентувати увагу споживача, налагоджувати інтерактивний зв'язок із ним, залучати до співтворення, представляти складну проблему в ігровій формі. Популярним на радіо є проведення розіграшів, вікторин, конкурсів, які не тільки виконують розважальну функцію, а й організовують читачів у розумовій праці, дають змогу налагодити своєрідний зворотний зв'язок. Наприклад, радіо «Хіт FM» наразі розігрує в ефірі ранкового шоу «Хеппі Ранок» квитки легендарного гурту «Depeche Mode». Для цього учасникам необхідно зареєструватися за поданою формою та чекати дзвінка від ведучих. Такі розігрування радіо організовує спільно з партнерами, залучаючи аудиторію до певних дій. Для отримання 10 літрів пального «Pulls» від «ОККО» слухачі мають підказати «Хіт FM» «Чи можна пити гарячу каву під час руху в авто?». Відповідь необхідно написати, заповнивши форму реєстрації. Щобудня ведучі «Хеппі Ранку» озвучують найцікавіші варіанти й називають переможців. Аналогічну діяльність провадять інші радіостанції, як-от радіо «NRJ – HIT MUSIC ONLY!» тощо.

Крім того, радіостанції пропонують своїм слухачам своєрідні інтелектуальні ігри, для участі в яких теж необхідно зареєструватися та чекати на дзвінок. Наприклад, граючи в гру «Слово за слово», слухачі разом із ведучим «Хіт FM» мають скласти щонайдовший ланцюжок слів (воДА – ДАча – ЧАрка та ін.), у гру «Чинанда» – серед трьох запропонованих новин відгадати правдиву.

Вікторина – вид гри, що полягає у відповідях на усні чи на письмові запитання з різних галузей знань. «Радіо П'ятниця» проводить для своїх слухачів вікторину «Чоловічі перегони», учасники якої можуть виграти сувеніри від ведучих, а також головний приз – набір продукції горілчаної компанії. Щоб узяти участь у вікторині, особі необхідно зателефонувати до ефіру «Радіо П'ятниця», безпосередньо перед початком розіграшу, після команди ведучого. Перша особа, яка потрапить до прямого ефіру, стає учасником гри.

Конкурс – це процес визначення найкращого претендента на перемогу (конкурсанта) або найкращих претендентів на перемогу (конкурсантів), згідно з правилами, сформульованими перед початком проведення процесу. Переможців обирають через «якісне дослідження» (експертизу) та / або «кількісне дослідження» (голосування). Конкурс «Я люблю Україну» проводив для своїх слухачів колектив «Радіо Люкс FM». Умови конкурсу: додати на сайті радіостанції своє патріотичне фото – у вишиванці, з українською символікою, на синьо-жовтому фоні. Через тиждень редакція визначала трьох переможців серед 10 учасників, які зібрали найбільшу кількість чесних голосів (за допомогою random.org). Переможці отримали сувенірну продукцію, а також футболки з національною вишивкою. Результати конкурсу оприлюднені на сайті радіостанції.

Попри особливий формат радіо, фотоконкурси теж стають природним компонентом діяльності медійників. «Радіо Люкс FM» оголосило пошуки найкрутішої люксової команди. Для цього необхідно зробити кумедні селфі з колегами та відправити на номер вайбера радіостанції. Як призи команда радіо щодня даруватиме смачну фірмову піцу-гігант для колективу, а в кінці тижня бонусом може стати ящик смачних напоїв. Фотографії потрібно завантажувати на сайт радіостанції. Фотоконкурси організовує, зокрема, і «Житомирська хвиля RAD**103,4**FM», приурочуючи їх до різних подій. Нерідко радіостанції вдаються до такої ігрової форми роботи зі слухачами, як тестування. Наприклад, «Радіо 24» пропонує тест «Чи заряджали ви воду через телевізор?», що супроводжуваний текстово-візуальним матеріалом із порушеної теми.

Технології співтворення контенту. Редакції формулюють пропозиції для співтворення, зазвичай, на сайтах радіостанцій. Радіо «ЕРА» реалізує проект «Ранок з Матвієм Ганапольським». Із 8 до 11 години з понеділка до п'ятниці ведучий запрошує до активного спілкування та обговорення нагальних тем. Першу годину ефіру можна назвати годиною розваг, ігр та освіти, із 9 до 11 – це серйозна розмова зі слухачами про сучасну Україну: про владу, проблеми та про те, як їх можна розв'язати. Експертами в цій розмові журналіст пропонує стати саме слухачам. Радійники залучають аудиторію до формування музичного контенту через пропозицію взяти участь в опитуванні й обрати музику для ефіру («Хіт FM»). Поділитися піснями, яких бракує в ефірі, закликає й «Radio ROKS», що має гасло «Radio ROKS – це радіо, яке ми робимо разом з вами!». «Русское Радио Украина» готує слухачам цілу програму за їхніми замовленнями. Аудиторія може потелефонувати, написати SMS під час ефіру або залишити запис на сторінці сайту. Крім замовлення улюблених треків, слухачі можуть написати текст із проханням привітати в ефірі когось зі своїх знайомих, друзів та ін. («Kiss FM», «Наше радіо»). «Житомирська хвиля RAD**103,4**FM» веде на сайті також архів привітань, тому слухачі, які не встигли почути поздоровлен-

ня в ефірі, можуть прослухати й переглянути його в мережі.

Інтерактивні технології, що вможливлюють насамперед зворотний зв'язок з аудиторією. І. Михайлин характеризує інтерактивність як зв'язок журналіста та споживача інформації за допомогою тексту. За висловом ученого, журналістика передбачає налагодження діалогу автора з аудиторією, засвоєння нею викладеного в тексті повідомлення, спонукання її до роздумів чи до вчинків [3, с. 97]. Один із виявів інтерактивності вбачаємо в організації прямих ефірів, що відбувається за допомогою спеціальних технічно-передавальних комплексів, а також завдяки роботі творчого й технічного персоналу. У процесі прямого ефіру можуть відтворювати заздалегідь змонтовані матеріали чи архівний звуковий супровід, що є елементами єдиної сценарної структури. Більшість слухачів Черкаського обласного радіо «Рось» бере активну участь в інтерактивному спілкуванні. Найбільше випадків реагування від аудиторії фіксують у разі порушення теми здоров'я, політики, культури. Це реальна аудиторія обласного радіо, яка знає назви програм, має певні слухові вподобання, щовечора ознайомлюється з новинним випуском, із якого дізнається про події в області. Коли в слухачів постають певні запитання щодо почутої ними інформації, вони телефонують на радіо для уточнення. Щоб привернути увагу численної кількості слухачів до програми, необхідно зважати на смаки та побажання слухачів, чітко знати, на який сегмент населення розрахований ЗМІ. Також варто час від часу досліджувати зміни в інформаційних потребах читачів.

Перехід радіо до інтернет-простору вможливив проведення опитувань на різні суспільно важливі, актуальні питання. Наприклад: «Євробачення 2017: хто представить Україну? Хто гідний представляти нашу країну цьогоріч? Знайди свого фаворита та проголосуй» («Радіо 24»); «Чи готові Ви жертвувати особистим часом заради роботи?» (радіо «Ера Медіа. Ера FM»).

Фактично всі проаналізовані сайти мають сторінку зворотного зв'язку («Ми хочемо зробити Хіт FM кращим – нам важлива ваша думка! Напишіть нам», «Пишіть нам в Viber!» («Хіт FM», «Русское радио. Украина»). Нерідко радійники створюють чати, форуми, що дають змогу користувачам спілкуватися в режимі реального часу. Наприклад, на офіційній сторінці сайту радіо «Калуш» запропоновано чат, де слухачі можуть повідомити інформацію, порушити суспільно важливе питання, розповісти про конфліктну ситуацію. Отримавши такі відомості, журналісти відразу реагують на них, готують матеріали, намагаються допомогти в розв'язанні проблеми. Тематично структурований форум пропонує «Народное радио», учасники обговорюють виконавців, композиції, програми тощо.

Останнім часом для наближення до аудиторії, нівелювання візуального бар'єру, який був раніше властивий радіо, студії обладнують веб-камерами (радіо «NRJ – HIT MUSIC ONLY!»). Користувачі мережі мають змогу спостерігати за тим, як працюють радійники, поставити їм запитання й отримати відповіді.

Традиційними формами інтерактивної взаємодії є телефонний та інтернет-зв'язок. На сайтах розміщені контакти, за якими слухачі можуть звернутися до редакцій, написати листа із запитаннями та пропозиціями. Періодично, зокрема й під час прямого ефіру, ведучі нагадують слухачам ці контакти.

Мовні технології. Вплив на аудиторію радіо неможливий без грамотного застосування мовних технологій. Як відомо, мова має невичерпний потенціал в аспекті переконання й навіювання. Згідно зі словником-довідником журналіста, інформаційне навіювання передбачає надання споживачам інформації у вигляді демонстрації аргументів, висловлювань, прохань, наказів та ін. для формування громадської думки, ціннісних орієнтацій, поведінкових моделей [3, с. 167]. Радійники активно використовують, зокрема, мовні спонукальні конструкції («Почніть свій робочий день з гарного настрою!», «Поділіться цією програмою з друзями!» (радіо «Хіт FM»)). Саме за допомогою вербального складника журналісти добирають унікальні лінгвальні конструкції, щоб позиціонувати свій продукт, привернути увагу аудиторії до нього, зробити його неповторним і впізнаваним.

Промотехнології. Серед продуктивних технологій формування аудиторії медіа особливе місце посідають промотехнології. Для поширення інформації про медіа та про діяльність його журналістів необхідна промоція (від лат. promotion – просування). Дослідник О. Гоян поділяє промо в контексті радіожурналістики на два типи: ефірне й позаефірне промо. Ефірне промо – просування, що безпосередньо звернене до потенційної чи до цільової аудиторії без залучення інших інформаційних або рекламних засобів [0, с. 109]. До позаефірних типів промо О. Гоян зараховує виготовлення сувенірної продукції, програмної продукції станції на компакт-касетах або на CD, організацію та інформаційну підтримку масових заходів, радіомовлення в інтернеті, підготовку хіт-парадів [0, с. 110].

Аналіз дібраного фактичного матеріалу дає підстави говорити про кілька вимірів названої технології. Ідеться насамперед про експлуатування фактора ведучого радіопрограми, персоналізацію інформації, тобто подання відомостей крізь призму особистості, її світогляд, життєві цінності. О. Гоян стверджує, що амплуа ведучого – «людина-якір», який прагне в будь-якому типі програм «зачепити» аудиторію і «притягнути» її до радіоприймача [2, с. 203]. Радійники активно використовують образ ведучого, що виявляється через участь радіожурналіста в соціальних акціях, флешмобах, публічних заходах. Так, ведучі «Радіо 24» узяли участь у «PushupChallenge». Крім того, зафіксовано практику виготовлення брендованої сувенірної продукції та її продаж безпосередньо на сайті в спеціально створеній рубриці «Shop» (радіо «Kiss FM», «Radio ROKS»).

Потужним ресурсом для просування контенту вважаємо спільноти, які організовують працівники радіостанцій. Так, до «Клубу слухачів «Хіт FM» можуть долучитися всі охочі, заповнивши реєстраційну форму. Формат спільноти вможливлює ефективну вертикальну й горизонтальну комунікацію, слугує джерелом нових ідей, тем та ін.

У ході аналізу радійного контенту зафіксовано, що провідним вектором журналістської роботи стає людиноцентризм. Усе більше матеріалів зорієнтовані насамперед на слухача, його залучення до інформаційної взаємодії, розповіді про нього. Цікавий досвід має «Житомирська хвиля RAD**103,4**FM»), що розміщує фото своїх слухачів, гостей ефіру, журналістів у спеці-

альних рубриках «Наші слухачі», «Наші обличчя», «Наші гості». Актуальним напрямом роботи медійників, які завжди перебувають у центрі всіх подій, обстоюють активну громадську позицію, сповідують принципи гуманності, є поєднання професійної та доброчинної діяльності. Низка радіостанцій закликає слухачів допомогти різним людям, розміщує координати осіб, які потребують підтримки, а також демонструє приклади доброчинної поведінки.

Функціювання на супутніх платформах. Радійники, як і представники інших типів ЗМІ, активно опановують нові платформи. Це дає їм змогу працювати не лише в традиційному вимірі, а поєднувати його з багатьма іншими. Інтернет уможливив перехід радіо до мережі, а отже, розширив його аудиторію. Нині актуальним є створення офіційних мобільних додатків для «Android», «iPhone» та пропонування безкоштовного їх завантаження, що технічно вможливлює прослуховування радіо. Аудиторія набуває ознак постійної, сформованої, засвідчує свій зв'язок із радіостанцією, може дізнаватися в будь-який момент ім'я виконавця, назву композиції, що звучить в ефірі (радіо «ХІТ FM», радіо «Relax») та ін. Важливий показник роботи журналіста – присутність у соціальних мережах, ведення офіційних і приватних сторінок, оскільки соціальні мережі мають невичерпні ресурси для формування аудиторії, ефективної взаємодії з нею.

Технологія використання конвергованого контенту. Упровадження цифрових технологій уможливило конвергенцію «збирання, опрацювання, виробництва, поширення та сприйняття інформації; технологічна конвергенція зробила розмежування традиційних типів журналістики достатньо умовним» [3, с. 131]. З огляду на це медійники активно створюють ті інформаційні продукти, що раніше були неможливими у форматі радіо. Так, на сайті радіо «ХІТ FM» наявна рубрика «Хітове відео на Хіт FM», де подано найпопулярніше відео й запропоновано поділитися ним із друзями в соцмережах; на сайті радіо «Kiss FM» представлено фотогалерею подій. Радіо «Lounge FM» пропонує будильник і таймер сну, можливість ділитися треками тощо.

Висновки. На тлі високої конкуренції в медійному середовищі вагомим складником редакційної роботи стає формування аудиторії. До ефективних технологій формування сучасної телеаудиторії належить тематичне структурування та проблемна сегментація матеріалів; підготовка й реалізація тематичних спецпроектів; гейміфікація радійного контенту; співтворення; інтерактивні, мовні та промотехнології; функціювання на супутніх платформах; створення конвергованого контенту. Перспективним є дослідження сучасної практики порівняно більшої кількості радіостанцій, залучення регіонального й закордонного досвіду, обґрунтування теоретичних положень щодо формування медіааудиторії загалом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2001. – 1440 с.
2. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменедженту: підручник / О. Я. Гоян. – 3-тє вид., допов. – К.: Вид.-поліграф. центр «Київський ун-т», 2008. – 272 с.
3. Журналістика: словник-довідник / авт.-уклад. І. Л. Михайлин. – К.: Академвидав, 2013. – 320 с. – (Серія «Nota bene»).
4. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті / за заг. ред. Ю. М. Бідзілі ; авт.-уклад. І. І. Бабущак, В. Й. Жугай, І. М. Сенько, В. Ю. Тарасюк. – Ужгород: Закарпаття, 2007. – 223 с.

REFERENCES

1. Big Dictionary of Modern Ukrainian Language / arranged and edited by V. T. Busel. – K.; Irpin: WTF «Perun», 2001. – 1440 p.
2. Goian O. Y. Introduction to radio journalism and radio management: textbook / O. Y. Goian. – 3d edition, extended. – K.: Publish.-poligraph.center «Kyiv university», 2008. – 272 p.
3. Journalism: Dictionary Directory / auth-compiler. I. L. Mykhailyn. – K.: Akademvydav, 2013. – 320 p. – (Series «Nota bene»).
4. Journalist's Glossary: Terms, mass media, figures / Ed. Yu. M. Bidzili ; author-arranger I. I. Babushchak, V. J. Zhuhay, I. M. Senko, V. Y. Tarasiuk. – Uzhgorod: Transcarpathia, 2007. – 223 p.

The main technologies used to impact the modern radio audience

T. G. Bondarenko

Abstract. The research is focused on exploring the modern technologies used to impact the radio audience. The content analysis of the leading radio stations and the observation of how these radio stations function helped to identify certain technologies including thematic structuring and problem materials segmentation; preparing and implementing the special thematic projects; gamification of the radio content; co-production; interactive, language, and promotion technologies; operating on the related platforms; creating the convergent content.

Keywords: *radio audience, technologies used to influence the radio audience, gamification, interactivity, co-production, promotion, convergence.*

Основные технологии формирования аудитории современного радио

Т. Г. Бондаренко

Аннотация. Исследовательский поиск направлен на изучение технологий формирования современной радиоаудитории. В результате анализа контента ведущих радиостанций, а также на основании наблюдения за особенностями их функционирования выделены следующие технологии: тематическое структурирование и проблемная сегментация материалов; подготовка и реализация тематических спецпроектов; геймификация радийного контента; сотворчество; интерактивные языковые и промотехнологии; функционирование на сопутствующих платформах; создание конвергентного контента.

Ключевые слова: *аудитория радио, технологии формирования радиоаудитория, геймификация, интерактивность, сотворчество, промоция, конвергенция.*

Рекламна комунікація як невід'ємна складова діяльності бібліотек

Т. Д. Булах

Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна

Paper received 15.12.16; Accepted for publication 28.12.16.

Анотація. У статті охарактеризовано сутнісні характеристики бібліотечної рекламно-комунікативної діяльності. Зокрема за належністю до комунікативного середовища виокремлено нонелектронну та електронну бібліотечну рекламну комунікацію; за цільовою аудиторією – аксіальну та ретиальну; за масштабністю поширення – внутрішньобібліотечну та позабібліотечну; за об'єктом рекламування – ресурсну, виробничу, сервісну.

Ключові слова: *рекламна комунікація, реклама, книжкова справа, бібліотечна справа, бібліотечна реклама*

Вступ. Одними з першочергових завдань сучасних бібліотечних установ є формування позитивного ставлення в суспільстві до бібліотеки як соціокомунікативного центру, залучення нових користувачів, надання загального уявлення про бібліотеки та склад їхніх фондів, спектр послуг тощо. Вирішенню усіх цих завдань сприяє бібліотечна рекламно-комунікативна діяльність, котра викликає стабільно посилений інтерес у фахівців упродовж останніх років. Так, бібліотечній рекламі присвячували свої дослідження Г. Булахова, Т. Проценко, Н. Захарова, Н. Солонська та багато інших науковців. Але сучасні вчені, на жаль, часто зводять рекламну діяльність до створення та поширення рекламних текстів. Подібне трактування суттєво обмежує сферу впливу бібліотечної рекламної діяльності, не надає цілісного неї про уявлення, що актуалізує необхідність теоретичного осмислення означеного феномену. Отже, **метою** статті є розгляд сутнісних характеристик та основних видів рекламно-комунікативної діяльності бібліотек.

Матеріали та методи. У статті використано системний підхід, методи узагальнення й аналізу.

Результати та їх обговорення. Рекламно-комунікативну діяльність бібліотек можна охарактеризувати як процес інформування реальних та потенційних користувачів про склад і структуру бібліотечних фондів, нові надходження до бібліотеки, інформаційні послуги, які вона надає та продукцію, котру видає з метою стимулювання попиту на них. Незважаючи на сучасність термінологічних означень, цей напрям бібліотечної роботи має тривалу історію. Потреба в ньому актуалізувалась ще на початку XX ст., що пов'язано перш за все з розбудовою молодої радянської держави, котра спрямовувала свої зусилля зокрема на подолання безграмотності населення, що й сприяло розвитку в державі мережі загальнодоступних бібліотек та зумовило необхідність поширення відомостей про них в рекламній формі для залучення читачів. Прикладами бібліотечної реклами того часу є бібліотечні плакати, пам'ятки читача, листівки, запрошувальні квитки тощо, котрі крім безпосереднього призначення – інформувати про діяльність бібліотек – мали ще й яскраво виражену ідеологічну спрямованість. Для позначення рекламної діяльності в той час використовувалися здебільшого терміни "бібліотечна пропаганда", "наочна агітація", що пояснюється зокрема намаганням комуністичного режиму будь що відсторонитися від "тлінного впливу" буржуазних країн, але попри все терміном "реклама" послуговувалися навіть провідні комуністичні лідери та бібліотекознавці. Так Н. К. Крупська відзначала: "…нужна агитация за библиотечное дело. каждая библиотека как бы мала ни была, должна уметь рекламировать себя» [5, с 293], а Л. Б. Хавкіна наголошувала: "Для привлечения читателя библиотека, как всякий распределитель благ, прибегает ко всему, что "мозолит глаза" надписями, которие невольно врезаются в память, что побуждает пойти и посмотреть "на эту библиотеку". Другими словами библиотека прибегает к рекламе – рекламе в лучшем смысле этого слова, т. к. никаких корыстных целей она не преследует, и никого не пытается вводить в заблуждение [8, с. 36]." Л. Б. Хавкіна аналізувала вплив вітрин, вивісок, оголошень, світлової та радіореклами тощо. І все ж застосування терміна "реклама" можна назвати фрагментарним, ситуативним. Теоретики та практики того часу надавали перевагу термінам "пропаганда", "агітація", "робота з читачами" для позначення рекламно-комунікативної діяльності бібліотек, що дійсно на тривалий час визначило терміносистему галузі, та в цілому не завадило розвитку й застосуванню рекламно-комунікативних форм і методів пропагування фондів і діяльності бібліотек. У означений період рекламна інформація поширювалася через друковані каталоги, плакати, листівки, марки тощо, також рекламні заходи реалізувалися в межах "днів", "тижнів", місячників", різноманітних "свят" книги, що спрямовувалися на пропагування біб ліотек та читання. Тобто рекламно-комунікативна діяльність реалізувалася і суто рекламними носіями, і в межах pr-заходів, сприяючи популяризації діяльності бібліотечних установ та розкриттю складу і структури їхніх фондів.

У середині XX ст. практикували також залучення нових читачів завдяки таким формам роботи як відвідування домівок тих людей, котрі ще не були записані в бібліотеках чи бесіди з ними по телефону. "Іншими формами та методами роботи були: постійне інформування різних колективів різних підприємств про діяльність бібліотеки та нові книги в заводській пресі, по радіо, на зборах, а також видання путівників по бібліотеці та бібліографічних закладок-пам'яток" [7]. Лише з кінця 80-х початку 90 рр. до наукового обігу повертається термін "бібліотечна реклама", що зумовлено загальними змінами, котрі відбувалися в країні: поступовим переходом до ринкової економіки та адаптацією теорії маркетингу до реалій пострадянського простору. Одними з перших бібліотечну рекламу почали досліджувати О. В. Борисова, С. Г.

 ©|*T. D. Bulakh 2017*

Матліна, О.В. Кашкарьова тощо. Саме в той період науковці почали по-новому осмислювати поняття "бібліотечна реклама", об'єднуючи під цим терміном всю сукупність комунікативних засобів, форм та методів рекламної діяльності бібліотек. Так, наприклад, О. О. Борисова наводить таке визначення: "Бібліотечна реклама - це реклама бібліотечних ресурсів і послуг, здійснювана бібліотекою або бібліотечною корпорацією, комплекс заходів і засобів, які впливають на споживача в бажаному для бібліотеки напрямі і формують її позитивний образ (імідж)" [1]. Використовуючи у визначенні поняття "рекламні заходи" О. Борисова виводить наведене поняття за межі терміна "реклама", надаючи змогу сприймати його в ширшому значенні – як "рекламну комунікацію". О Кашкарьова надає визначення бібліотечної реклами як "сукупності інформаційних засобів повідомлення споживачів про документи та послуги, що їх пропонує бібліотека, створюючи умови для їх вільного вибору [4, с.8]", але при цьому автор наголошує, що "реклама сучасної бібліотеки користується знаковою системою вербальної комунікації у випадку усного інформування (огляди літератури, презентації книги тощо)" [там само, с. 9]", тобто завдяки усному інформуванню також виводить рекламну взаємодію за межі суто реклами. Все це підтверджує необхідність розрізнення реклами як засобу передачі інформації та рекламної комунікації як напряму бібліотечної діяльності.

Щодо сутнісних характеристик бібліотечної рекламно-комунікативної діяльності, то, по суті, ще Л. Б. Хавкіна у вищенаведеній цитаті окреслила головну ознаку, що відрізняє бібліотечну рекламно-комунікативну взаємодію від торговельної чи видавничої – її некомерційну спрямованість, орієнтованість на інформування користувачів про склад бібліотечних фондів та бібліотечні послуги, що узгоджується з основною місією бібліотечних установ – надання вільного доступу до інформаційних ресурсів суспільства. Тобто бібліотеки ставляться до книг не як до комерційних проектів, від реалізації яких вони можуть отримати певні прибутки, а як до соціокультурних феноменів, що ретранслюють соціальний досвід людства, ознайомлення з яким сприятиме перш за все особистісному зростанню та добробуту самих читачів. На означеній особливості бібліотечно- бібліографічної реклами наголошувала О. Борисова: "Питома вага коммерційної реклами в бібліотечно-бібліографічних закладах незначна. Здебільшого бібліотеки займаються некомерційною рекламою, спрямованою на досягнення некомерційних суспільних цілей, перш за все на просування населенню соціально значимих бібліотечних документних ресурсів, на популяризацію, пропаганду засобами бібліографії книг, ідей, засвоєння яких позитивно впливає на поведінку членів суспільства [1, с 54]". Подібна людиноорієнтованість визначає загальну спрямованість бібліотечної рекламно-комунікаційної взаємодії – популяризація бібліотечних фондів, читання як способу проведення різних видів діяльності та сприяння усвідомленню читачами, які саме інформаційні потреби і яким чином здатні задовольнити бібліотеки. І хоча пропагування читання здійснюють не лише бібліотеки, а й видавництва та торговельні установи, завдяки чому воно здобуло статус мегарівня рекламно-комунікативної сфери книжкової галузі, саме для бібліотек означений напрям рекламно-комунікативної діяльності є провідним, адже для бібліотек найважливіше, щоб люди використовували їхні фонди і любов до читання – необхідна для цього передумова. Більше того, пропагування читання – стратегічний засіб економічного зростання країни, на чому наголошує й Ю. А. Горшков: "Сегодня книжному сообществу приходится доказывать обществу и властям, что книга и чтение стали прямыми производительными силами: чем выше в стране уровень читаемости населения, тем более она развита экономически. Наблюдается высокая степень корелляции между уровнями читательской активности и экономического роста" [3, с. 80].

Некомерційна рекламно-комунікативна діяльність може реалізуватися у формі пропагандистських та pr-заходів, а також реклами, котра в нашій країні здобула назву соціальної. Соціальна реклама як така являє собою інформування громадян про проблеми суспільного життя з метою їх вирішення, поліпшення різних сторін життя, підтримки благодійності. Відповідно соціальна реклама книги звернена на популяризацію не конкретного видання, а книги як такої, читання як форми організації дозвілля, навчання та ін. форм буття. Соціальна реклама емоційна за своєю суттю, тобто формує ставлення до об'єкта реклами, викликає позитивні чи негативні особисті емоції, стимулює досягнення певної мети чи уникнення впливу тих, об'єктів, котрі викликають негативні емоції. Оскільки ж емоційна пам'ять людини значно сильніша, ніж інші види пам'яті, вона більшою мірою впливає на поведінку людини. Відповідно й психологічний вплив соціальної реклами значно більший, ніж комерційної.

Ще однією властивістю реклами як такої, соціальної зокрема, є навіювання. Навіювання являє собою вплив однієї свідомості на іншу, при якому остання змінюється без зовнішнього примусу та раціональних роздумів. Тобто відбувається зміна настанов несвідомого, що може привести до зміни поведінкової моделі суспільства. Звичайно, обурення може викликати сам факт застосування навіювання. Проте навіювання − це те явище, з яким ми маємо справу ледь не з народження. Процес виховання як такий, по суті більшою мірою основується на навіюванні, а не на переконанні. До того ж оскільки читання позитивно впливає на особистість, тому настанову на читання вважаємо виправданою у формуванні загальнокультурних цінностей.

Наступна суттєва відмінність бібліотечної рекламно-комунікативної діяльності – це те, що вона частіше, ніж торговельна чи видавнича, використовує аксіальну комунікативну взаємодію *(лат. axis – вісь)*, тобто таку, що адресується окремому реципієнтові чи групі реципієнтів (індивідуальне навчання користування бібліотечними каталогами чи бібліографічними посібниками, бесіди щодо правил користування бібліотекою тощо). Тобто аксіальну комунікацію застосовують при індивідуальному спілкуванні з користувачами, що є тривалою ефективною практикою бібліотек. Торговельна ж рекламна взаємодія, окрім напев-

но спілкування продавця з покупцем, є ретиальною *(лат. rete – мережа)*, тобто такою, що адресує свій сигнал багатьом реципієнтам. Видавнича рекламно-комунікативна взаємодія теж є переважно ретиальною. Звичайно ж, і бібліотеки використовують ретиальну комунікацію, але вона не є для них провідною. Ретиальна бібліотечна рекламна комунікація реалізується переважно засобами бібліотечної реклами, що підкреслює і О. В. Кашкарьова та Г. Булахова. Так О. В. Кашкарьова відзначає: "Реклама сучасної бібліотеки як засіб масового спілкування використовує моделі ретиальної комунікації [4, с. 9]". Г. Булахова зауважує: "На відміну від бібліотеки як соціального інституту, який використовує аксіальну комунікацію, бібліотечна реклама як засіб масового спілкування використовує моделі ретиальної акомунікації" [2]. Цілком погоджуючись з авторами, що бібліотечна реклама є засобом масової комуцнікації і використовує ретиальну комунікаційну взаємодію, підкреслимо, що бібліотечна рекламна комунікація, на відміну від бібліотечної реклами, однаковою мірою ефективно послуговується можливостями індивідуальної (консультації, бесіди), групової (екскурсії, зустрічі, вечори), тобто аксіальної, та масової, ретиальної (флешмоби, акції тощо), комунікативної взаємодії. Відповідно слушним вважаємо виокремлення Ж. В. Самохіною каналів особистої та неособистої рекламної комунікації. До каналів особистої комунікації належать особисті зустрічі, особисте листування, бесіди по телефону, спілкування з аудиторією по радіо тощо. До неособистої – поширення рекламної інформації без особистого контакту і зворотного зв'язку (засоби масової інформації та вибірковрого впливу) [8].

Ще одна особливість бібліотечної рекламної взаємодії тісно пов'язана з попередньою: аксіальна (індивідуальна та групова) її спрямованість зумовлює необхідність усної взаємодії з користувачами, що нехарактерно для масової комунікації. А як справедливо зауважують фахівці: "Безпосередній акт комунікації, в якому джерелом рекламної інформації є інша людина, здатен в принципі викликати більше довіри, сприяти зміні настанов, та думок, а тому подібна рекламна комунікація має більшу спонукальну силу". Загалом завдяки усній взаємодії з реципієнтами рекламна комунікація в бібліотеці якнайбільшою мірою відповідає сутності поняття комунікація, тому що передбачає негайну реакцію реципієнта на пропоновану рекламну інформацію, чого неможливо досягти в більшості форм та методів видавничої і торговельної рекламної взаємодії, де переважає ретиальна комунікація з незначною часткою аксіальної. У процесі аксіальної рекламно-комунікативної взаємодії зростає роль комунікативної культури співробітників бібліотек, високий рівень якої здатний не лише скеровувати попит користувачів, а й впливати на імідж бібліотечних установ та бібліотечної професії.

Ретиальна рекламна взаємодія бібліотек теж відрізнятиметься від торговельної та видавничої через те, що має некомерційну спрямованість. Так одним із засобів ретиальної бібліотечної рекламно-комунікативної діяльності справедливо можна вважати бібліографічні посібники, оскільки вони скеровують споживачів в інформаційних потоках, проте "якщо для рекламної діяльності важливі комерційні можливості документа як товару, то мета бібліографічної діяльності - зафіксувати сам факт існування документа як явища культури, надати йому об'єктивну, незалежну від коньюнктури ринку оцінку, сприяти усвідомленому та ретельному вибору документа користувачем [1, с. 51]». Тобто бібліографічні посібники виконують рекламно-інформативну функцію, хоча й не вважаються суто рекламним носієм, при цьому нічого не нав'язують користувачам, а лише оповіщають, скеровуючи таким чином попит на видання. Формуючи попит, вони спонукають користувачів до використання бібліотечних фондів, прискорюючи їх оборотність, тобто виконують функції, притаманні рекламній комунікації в цілому.

Розглядаючи рекламно-комунікативну діяльність сучасних бібліотек, необхідно зважати на той факт, що так само, як і торговельні, бібліотечні заклади для просування своїх продуктів і послуг нині послуговуються нонелектронним та електронним середовищами. Відповідно вважаємо за доцільне за комунікативним середовищем виокремлювати нонелектронну та електронну підсистеми бібліотечної рекламно-комунікаційної сфери.

Нонелектронна бібліотечна рекламна комунікація активно досліджувалася фахівцями з середини 90-х рр. у межах вивчення бібліотечної реклами як явища. Зокрема науковці приділяли увагу видам бібліотечної реклами. Так, за цільовою аудиторією О. Борисова розрізняє внутрішньобібліотечну, розраховану на реальних читачів, та зовнішню орієнтовану на потенційних споживачів [1]. Погоджуючись в цілому на необхідності розмежування рекламно-комунікативної діяльності, адресованої реальним та потенційним користувачам, як і стосовно торговельної, в даному разі вважаємо коректнішим застосування терміна «позабібліотечна рекламна комунікація", оскільки він не обмежує рекламну взаємодію комунікативним простором бібліотеки і не збігається з позначенням носіїв, що розміщуються на вулицях населених пунктів (рос. «наружная реклама»), котрі українською позначаються як зовнішня.

С. Г. Матліна [6]. виокремлює ресурсну, спрямовану на просування бібліотечно-інформаційних ресурсів; виробничу – рекламу результатів бібліотечного виробництва; сервісну – рекламу бібліотечних послуг. Визнаючи доцільність подібного поділу, маємо уточнити ознаку, за якою він здійснений – це об'єкт рекламування.

Як відомо, об'єктом рекламування в бібліотеці можуть бути: бібліотека чи бібліотечна мережа в цілому; бібліотечні фонди, інтелектуальна продукція бібліотеки, зокрема бібліотечні каталоги; бібліотечні послуги, тож запропоновані С. Г. Матліною види реклами повністю охоплюють об'єкти рекламування. Але, на наш погляд, доречно вести мову не стільки про рекламу, скільки про рекламно-комунікативну взаємодію, засобами якої є зокрема реклама як одна з її складових.

В межах ресурсної рекламно-комунікативної діяльності варто розглядати особливості рекламуван-

ня бібліотечних фондів та каталогів. Так, засобами рекламування фондів можуть бути огляди новинок, тематичні лекції, виставкова діяльність бібліотек, сукупність бібліографічних посібників тощо. Коли йдеться про рекламування каталогів перш за все варто вести мову про створення пам'яток, наочних матеріалів (плакатів, схем), проведення бесід-консультацій та ін.

Отже, нонелектронна бібліотечна рекламна комунікація поділяється умовно на внутрішньобібліотечну та позабібліотечну. Внутрішньобібліотечна рекламно-комунікативна діяльність є переважно аксіальною, її основні напрями:

- створення та розміщення рекламних носіїв – засобів, що допомагають відвідувачам орієнтуватися в бібліотеці (покажчики, вказівники, стенди, схеми, оголошення);
- організація різноманітних заходів (вечорів, зустрічей, клубів тощо), котрі проводяться не з суто рекламними цілями, але сприяють залученню нових читачів у бібліотеку, тож опосередковано виконують рекламні функції;
- здійснення екскурсійної, виставкової, лекційної діяльності, реалізація тих заходів, що ознайомлюють зі структурними підрозділами бібліотеки, структурою та складом її фондів, новими надходженнями в бібліотеку тощо;
- консультативна робота;
- дизайн приміщення.

Головне завдання *позабібліотечної рекламної комунікації* – оповістити якнайбільшу кількість людей про документні ресурси та послуги, які пропонує бібліотека (мережа бібліотек). Засобами досягнення означеної мети є реклама, pr-заходи, брендінг тощо. Зокрема як носії рекламної інформації можуть використовуватися листівки, буклети, календарі, плакати – традиційні засоби друкованої реклами, біллборди, оголошення на радіо, телевізійні сюжети тощо.

Основні напрями позабібліотечної нонелектронної рекламної комунікації:

- поширення рекламної інформації за межами бібліотеки за допомогою різноманітних рекламних носіїв з використанням всіх можливостей друкованої, транспортної, телевізійної, радіореклами тощо;
- проведення флешмобів, акцій;
- організація виїзних виставок;
- застосування фірмового стилю в оформленні документації;
- організація оглядових лекцій у внз, інтернатах тощо.

Позабібліотечна рекламно-комунікативна взаємодія є переважно ретиальною, відповідно характеризується всіма ознаками, притаманними означеному виду взаємодії: невідомість ефективності рекламного впливу, уповільнена зворотна реакція аудиторії, проявами якої можуть бути збільшення користувачів, що записалися в бібліотеку, збільшення кількості відвідувачів та книговидачі. Тобто їй притаманні всі ознаки, характерні для масової комунікації.

Електронна бібліотечна рекламна комунікація має на меті максимально наблизити ресурси та послуги бібліотеки до користувача, чого вдається досягти завдяки можливостям, що надає мережа інтернет.

За аналогією з нонелектронною рекламною комунікацією, в електронному середовищі можна виокремити умовно внутрішньобібліотечну та позабібліотечну рекламно-комунікативну взаємодію. Рекламна внутрішньобібліотечна електронна комунікація обмежується можливостями, які надає використання сайта певної бібліотеки. При цьому, що характерно, рекламно-комунікативний вплив на сайтах бібліотек чинять не стільки суто рекламні матеріали (банери, кнопки, заставки), скільки електронні ресурси та послуги, котрі пропонує бібліотека, що теж становить відмітну ознаку бібліотечної рекламної комунікації. Зокрема в користувачів користуються популярністю онлайн довідки, електронні каталоги з можливістю замовлення літератури через сайт, котрі сприяють збільшенню відвідуваності реальних бібліотек. Цікавлять сучасних користувачів і онлайн-конференції, вебінари. Стабільний інтерес викликають огляди новинок, тематичні статті тощо.

Електронна позабібліотечна рекламна комунікація реалізується завдяки створенню відповідних груп у соціальних мережах, поширенню суто рекламних матеріалів на інших сайтах, участі у дискусіях та ін. Так, у групах у соціальних мережах бібліотекарі сповіщають про нові надходження, події та заходи, що відбуваються в бібліотеках, привертають увагу рубриками «бібліотека рекомендує», «книга дня», «нові надходження» та ін. Як і видавництва, сучасні бібліотеки використовують для привернення уваги читачів буктрейлери, що являють собою короткі рекламні ролики, які анонсують книги, qr-коди тощо. Загалом можливості електронного середовища наскільки значні, що потребують на окрему увагу, що й становить перспективу подальших досліджень.

Висновки. Підсумовуючи, варто наголосити, що сучасна бібліотечна рекламно-комунікативна взаємодія являє собою непересічне явище, котре має некомерційну спрямованість і однаково ефективно використовує групову та індивідуальну взаємодію з користувачами. Її можна характеризувати за декількома ознаками. Так, за належністю до комунікативного середовища вона поділяється на нонелектронну та електронну; за цільовою аудиторією – аксіальну та ретиальну; за масштабністю поширення – внутрішньобібліотечну та позабібліотечну; за об'єктом рекламування – ресурсну, виробничу, сервісну. Всі перелічені види взаємодоповнюють один одного, забезпечуючи ефективність рекламно-комунікативної взаємодії бібліотек з реальними та потенційними користувачами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Борисова О. О. Реклама в библиотеке: учебно-практ. пособие / О. О. Борисова. – М. : Либерея-Бибинформ, 2005. – 214 с.
2. Булахова Г. Бібліотечна реклама як засіб комунікації / Г. Булахова // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2011. – Вип. 30. – С .150–161.
3. Горшков Ю. А. Библиотека в стратегии современного экономического роста книгоиздания : моногр. – Москва. : “Пашков дом”, 2007 - 328 с.
4. Кашкарьова О. В. Реклама як комунікативна система

сучасної бібліотеки : автореф. дис. канд. пед. Наук : 07.00.08 / Київський держ. ун-т культури і мистецтв. – К., 1997. – 21 с.
5. Крупская Н. К. Библиотечное дело. Избы-читальни. Клубные учреждении. Музеи. – Москва : Директ-медиа, 2014. – 623 с.
6. Матлина С. Г. Библиотечный маркетинг : практ. пособие для работников публ. б-к / С. Г. Матлина . – Пермь, 1993. – 66 с.
7. Организация рекламной деятельности библиотеки [Электронный ресурс]. − Режим доступа: school17.beluo.ru/sakryukina_s/?...reklama.pdf. – Название с экрана.
8. Самохіна Ж. В. Реклама як складова інформаційно-комунікаційної діяльності бібліотек // Бібліотека. Наука. Комунікація: в 2 ч. – Київ, 2015. – Ч. 1. – С. 115-118.
9. Хавкина Л.Б. Руководство для небольших библиотек. – Moskva,1934. – 242 с.

REFERENCES

1. Borisova O. O. Reklama v biblioteke: uchebno-prakt. posobiye / O. O. Borisova. – M. : Libereya-Bibinform. 2005. –214 s.
2. Bulakhova H. Bibliotechna reklama yak zasib komunikatsii / H. Bulakhova // Nauk. pr. Nats. b-ky Ukrainy im. V. I. Vernadskoho. – Kyiv, 2011. – Vyp. 30. – S .150–161
3. Gorshkov Yu. A. Biblioteka v strategii sovremennogo ekonomicheskogo rosta knigoizdaniya : monogr. – Moskva: Pashkov dom. 2007. – 328 s.
4. Kashkarova O. V. Reklama yak komunikatyvna systema suchasnoi biblioteky : avtoref. dys. kand. ped. Nauk : 07.00.08 / Kyivskyi derzh. un-t kultury i mystetstv. – K., 1997. – 21 s.
5. Krupskaya N. K. Bibliotechnoye delo. Izby-chitalni. Klubnyye uchrezhdenii. Muzei. – Moskva : Direkt-media. 2014. – 623 s.
6. Matlina S. G. Bibliotechnyy marketing : prakt. posobiye dlya rabotnikov publ. b-k / S. G. Matlina . – Perm. 1993. – 66 s.
7. Organizatsiya reklamnoy deyatelnosti biblioteki [Elektronnyy resurs]. ? Rezhim dostupa: school17.beluo.ru/sakryukina_s/?...reklama.pdf. – Nazvaniye s ekrana.
8. Samokhina Zh. V. Reklama yak skladova informatsiino-komunikatsiinoi diialnosti bibliotek // Biblioteka. Nauka. Komunikatsiia: v 2 ch. – Kyiv, 2015. – Ch. 1. – S. 115-118.
9. Khavkina L.B. Rukovodstvo dlya nebolshikh bibliotek. – Moskva,1934. – 242 s.

Publicity communication as an integral part of library management

T. D. Bulakh

Abstract. This article writes about essential characteristics of publicity communications in library management. It has been subdivided into an electronic and non-electronic library publicity communication modes. Also it has been divided by the following types into: axial and careful public; by the distribution size internally and externally; by the publicity objects- resource, manufacturing and by service.

Keywords *publicity, communication advertising, book dealers, library publicity.*

Рекламная коммуникация как неотъемлемая составляющая деятельности библиотек

Т. Д. Булах

Аннотация. В статье охарактеризованы сущностные характеристики библиотечной рекламно-коммуникативной деятельности. В частности по принадлежности к коммуникативной среде выделены нонэлектронную и электронную библиотечную рекламную коммуникацию; по целевой аудитории - аксиальную и ретиальную; по масштабности распространения – внутрибиблиотечную и внебиблиотечную; по объекту рекламирования - ресурсную, производственную, сервисную.

Ключевые слова*: рекламная коммуникация, реклама, книжное дело, библиотечное дело, библиотечная реклама*

Організаційні моделі видавництв вищих навчальних закладів в умовах трансформації галузі

Л. В. Давидова

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

Paper received 26.01.17; Accepted for publication 01.02.16.

Анотація. У статті здійснено аналіз традиційних моделей організації університетських видавництв і обґрунтовано необхідність переходу до новітніх моделей із активним використанням технології «друк на вимогу», сервісу самопублікації, хмарних технологій та аутсорсингу для забезпечення конкурентоспроможності й ефективної діяльності видавництв вищих навчальних закладів в умовах трансформації видавничої галузі.

Ключові слова: *модель організації видавництва, видавнича діяльність, університетське видавництво, друк на вимогу, аутсорсинг, онлайн-конструктор, хмарні технології у книговиданні.*

Вступ. Одним з викликів, перед яким опинились сучасні українські університетські видавництва, є вибір структурно-функціональної моделі, оптимальної для їх розмірів, функцій і здійснення цілей. В умовах трансформації видавничої галузі традиційні моделі організації видавництва вищого навчального закладу вже не завжди можуть забезпечити ефективне його функціонування, тож нагальною потребою є пошук нових моделей, сервісів і технологій, які забезпечать успіх університетського видавництва в умовах високої конкуренції на ринку наукових і навчальних видань.

Стислий огляд публікацій за темою. Певних аспектів обрання ефективної моделі організації видавництва вищого навчального закладу торкаються окремі наукові розвідки вітчизняних і зарубіжних науковців – С. Водолазької, Л. Гітіса, Л. Кокс, І. Клюшніка, Т. Колесникової, Є. Комарова, К. Костюка, М. Маковєєва та інших, проте спроб системного аналізу усталених моделей і обґрунтування необхідності переходу до більш сучасної моделі організації університетських видавництв (мультиплатформних, із використанням можливостей хмарних технологій, сервісів «друк на вимогу» і самопублікації, онлайн-конструкторів) досі зроблено не було.

Мета статті – аналіз традиційних моделей організації університетських видавництв і обґрунтування необхідності пошуку новітніх моделей для забезпечення конкурентоспроможності й ефективної діяльності видавництв вищих навчальних закладів.

Методи дослідження. Для розв'язання поставлених завдань у наукових пошуках використано методи вивчення документів, спостереження, аналізу і синтезу, порівняння, узагальнення.

Результати та їх обговорення. Існує кілька традиційних моделей організації університетського видавництва: а) видавництво як структурний підрозділ вищого навчального закладу; б) університетське видавництво як самостійне підприємство; в) видавничо-поліграфічний комплекс при вищому навчальному закладі.

Модель А (видавництво як структурний підрозділ вищого навчального закладу) передбачає, що університетське видавництво як структурний підрозділ за домовленістю здійснює повноваження юридичної особи і від імені вищого навчального закладу вступає в договірні відносини з юридичними і фізичними особами, має змогу займатися підприємницькою діяльністю, наділене правом оперативного управління майном видавництва. За такої моделі університетське видавництво має рахунок у банку, печатку, штампи, фірмові бланки й товарний знак. Директор видавництва визначає склад, взаємозв'язки й підпорядкування підрозділів, а ректор затверджує організаційну структуру і штатний розпис. Університетське видавництво, організоване за такою моделлю, самостійно планує видавничо-господарську діяльність згідно із затвердженим вищим навчальним закладом кошторисом та представляє тематичний план випуску літератури редакційно-видавничій раді університету для подальшого затвердження ректором. Видавництво, яке функціонує як структурний підрозділ вищого навчального закладу, окрім штатних працівників, може залучати найманих працівників за трудовими угодами.

Модель Б (видавництво як самостійне підприємство) передбачає, що університетське видавництво має рахунок у банку, печатку, штампи, фірмові бланки й товарний знак, але діє як юридична особа і відповідає за взяті перед замовниками зобов'язання. Таке видавництво самостійно визначає свою структуру і кількість штатних працівників, планує економічну діяльність [1, с. 31–32].

Модель В аналізує організацію видавничо-поліграфічного комплексу при вищому навчальному закладі, коли видавництво й університет, об'єднавши свої зусилля, діють як рівноправні партнери. Діяльність видавничо-поліграфічного комплексу координує й контролює правління, до складу якого входять представники обох сторін. До повноважень правління належить також призначення генерального директора, планування разом із ним перспектив розвитку комплексу, затвердження розцінок на видання для навчального закладу і сторонніх замовників [1, с. 32–33].

Проблема вибору ефективної моделі організації видавництва вищого навчального закладу полягає в тому, що відокремлені університетські видавництва більш гнучкі і самостійні у прийнятті рішень, а видавництва як структурні підрозділи вищого навчального закладу зорієнтовані на забезпечення університету науковою, навчальною і методичною видавничою продукцією, мають широке коло авторів – представників наукової еліти, у своїй діяльності більш убезпечені від ризиків, проте не є самодостатніми [2]. Крім того, видавництва-структурні підрозділи мають перевагу у розрахунку собівартості, оскільки частину витрат можуть покласти на адміністрацію університету

 ©L. Davydova 2017

(наприклад, видатки на електроенергію, опалення, амортизаційні відрахування, сплату податків тощо), тоді як видавництва-юридичні особи таких переваг не мають і несуть витрати самостійно [1, с. 109]. Як бачимо, на вибір організаційно-правової форми видавництва вищого навчального закладу безпосередньо впливають економічні фактори, і зробити такий непростий вибір кожне підприємство має самостійно, зваживши всі переваги і ризики.

Значна кількість видавництв не виходить за рамки свого навчального закладу, забезпечуючи лише власні потреби у науковій і навчальній книзі. Проте сьогодні цього вже замало, й університетські видавництва потребують нових моделей, які можуть забезпечити вихід вузівських авторів на всеукраїнський ринок. Сприяти такому прориву має реінжиніринг видавничого процесу, посилення у видавництві позицій менеджменту. Альтернативною моделлю можна розглядати видавництво як відкрите акціонерне товариство або спільне університетське видавництво для кількох вищих навчальних закладів, що може виявитися актуальним у сучасних економічних умовах. Підтримати видавничі проекти університету покликані також спеціальні фонди, які акумулюють грошові надходження і спрямовують їх на випуск книг, придбання сучасного обладнання, витратних матеріалів [3, с. 118–119].

Російський практик Л. Гітіс наводить аргументи на користь нової моделі університетського видавництва – глобалізаційної. Проблему зниження якості і культури університетської книги й видавничо-поліграфічних технологій він вбачає в ізольованості видавництв, різких коливаннях книжкового ринку та інших кризових факторах, тому перспективним вважає системне об'єднання університетських видавництв на принципах франчайзинга і створення регіональних філій, що дозволить, на його думку, зберегти належний рівень якості і культури друкованої продукції та налагодити випуск малорентабельних видань. На користь філій у вищих навчальних закладах можна навести наступні аргументи: відкриття асортиментного кабінету з метою забезпечення науковою і навчальною книгою читачів і бібліотек; пошук актуальних і якісних рукописів регіональних авторів; проведення у філії редагування, набору, верстки, підготовки ілюстративного матеріалу. Модель Г (модель глобалізації науково-технічного видавничого бізнесу) – експериментальна, вертикальні ієрархічні зв'язки у ній компенсуються належною кількістю горизонтальних, економічних зв'язків [4, с. 84–85]. На нашу думку, для українських реалій застосування глобалізаційної моделі є передчасним і може зіштовхнутися з багатьма труднощами – відсутністю мотивації, непідготовленістю нормативної бази, упередженням тощо.

Дослідниця С. Водолазька запропонувала виділяти організаційні моделі видавництв залежно від місця розміщення контенту та замкненості виробничого циклу. Відповідно до такої класифікації, університетські видавництва можна віднести до моноплатформних або мультиплатформних (залежно від їх зорієнтованості лише на друковану або електронну платформу чи розміщення контенту у кількох форматах), а за замкненістю виробничого циклу виокремити класичне видавництво замкнутого циклу; класичне видавництво відкритого циклу; аутсорсингове видавництво та аутсорсингове хмарне видавництво [5, с. 11–12].

Досвід провідних видавництв вищих навчальних закладів України засвідчує розуміння необхідності і готовність до мультиплатформного функціонування, а також перехід від організаційної форми видавництва замкнутого циклу до видавництва класичного циклу із поступовим впровадженням бізнес-аутсорсингу та аутстафінгу. Прагнучи осучаснення моделі організаційної структури, університетське видавництво може залучити до своєї практики елементи моделі аутсорсингового хмарного видавництва.

Бізнес-аутсорсинг передбачає залучення для розв'язання непрофільних завдань сторонніх осіб, орієнтуючи університетське видавництво не на конкретні персоналії, а на конкретні функції, тому для виконання певних видів робіт доцільніше запросити фахівця-універсала, аніж утримувати штатного співробітника з вузькою спеціалізацією. Аутсорсинг є доволі актуальним для невеликих видавництв, дозволяючи закумулювати зусилля колективу на основних процесах.

Сучасні видавництва найчастіше вдаються до аутсорсингу бухгалтерського і податкового обліку, юридичного аутсорсингу, а також маркетингового аутсорсингу у випадках, коли бюджетом і штатним розписом видавництва не передбачений відділ маркетингу як окрема структурна одиниця [6]. Проте досвід провідних університетських видавництв України (Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», видавництво «Львівська політехніка», видавництво «Політехніка» Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка та ін.) засвідчує розуміння видавцями необхідності функціонування повноцінного маркетингового відділу.

За режиму аутстафінгу компанія-провайдер комплектує свій штат працівниками, які постійно чи тимчасово працюють в іншій компанії. Це своєрідний «лізинг персоналу» – добір тимчасового персоналу і виведення його за межі штату [7, с. 112]. Проте чинником, який робить застосування аутстафінгу у «чистому вигляді» малопридатним для університетських видавництв, є втрата оперативного управлінського контролю над видавничим процесом.

В Україні поволі набуває розвитку ринок хмарних сервісів і технологій, хоча у сфері книговидання він має швидше епізодичні прояви. Хмарні технології суттєво відрізняються від аутсорсингу тим, що «клієнти не передають в управління зовнішній організації свої власні IT-ресурси, а підключають до хмари сервісів (інфраструктурних, платформ або програмних)» [8, с. 111].

Із появою хмарних технологій суттєво розширилися можливості додрукарської підготовки видань, зокрема і наукових, навчальних, навчально-методичних, монографій, поширився сервіс самопублікації. Значно прискорити опрацювання авторського оригіналу дозволяє затребувана сьогодні цифрова платформа Ridero, створена 2013 р. у Єкатеринбурзі, за допомогою якої автор самостійно може виконати верстку

книги і розмістити її в онлайн-магазинах – партнерах Ridero: Amazon, Bookmate, Ozon.ru, Google play, ЛитРес. Використання цієї платформи надає автору низку переваг: збереження авторського права, а також отримання винагороди, що становить 80 % від виручки, безкоштовний ISBN. Окрім безкоштовного сервісу зі створення книги та її пропозиції в інтернет-магазинах, Ridero пропонує додаткові платні послуги з коректури, професійного дизайну, створення аудіоверсії книги та буктрейлеру, тиражування та просування у соцмережах та ін. [9]. Такі послуги авторам наукової і навчальної літератури цілком спроможне надавати й видавництво вищого навчального закладу за умови використання онлайн конструкторів, що дає можливість прискорити етап додрукарської підготовки авторського оригіналу.

Ще одним сервісом, який дозволяє здійснити верстку книг і журналів для подальшого друку, є англомовний хмарний конструктор Lucidpress. Серед його переваг – значна кількість шаблонів для верстки та можливість імпорту-експорту інформації, зручна інтеграція з Google Doc, Google Images, Youtube Dropbox, Flickr, Facebook; суттєвим недоліком є «умовна безкоштовність» сервісу – користувач має можливість безкоштовно використовувати конструктор Lucidpress протягом 45 діб [10] . На стадії доопрацювання перебуває сервіс Ahoba, який, серед інших, надаватиме можливість розробки макетів для поліграфії [11] .

Онлайн-конструктор видавництва «Нобель Прес», яке працює у сегменті наукового книговидання, дозволяє автору безкоштовно створити обкладинку майбутнього видання (крім обов'язкової інформації – імені і прізвища автора, назви і підназви книги є можливість розмістити додаткову – інформацію про автора, його фото, а також штрих-код). Готову обкладинку автор отримує на свою електронну адресу. Крім того, видавництво надає безкоштовно коди УДК, ББК, номер ISBN, авторський знак, здійснює підготовку файлу до друку та сприяє реалізації через мережу книгорозповсюдження. Як і цифрова платформа Ridero, видавництво «Нобель Прес» робить акцент на тому, що для якісної підготовки книги необхідне залучення платних послуг редактора, коректора, верстальника, працівника з розповсюдження (на сайті «Нобель Прес» читач підпадає під візуальне протиставлення якісної, «хорошої» книги і безкоштовної). Друк потрібної кількості примірників відбувається за технологією «print-on-demand» (друк на вимогу) [12].

Програмний комплекс Adobe Digital Publishing Suite (Adobe DPS) розроблений для створення і оптимізації видавцями цифрових газет і журналів для планшетів, проте висока вартість пакета унеможливлює його використання університетськими видавництвами для підготовки наукових журналів [13, с. 179].

Розуміння необхідності трансформації видання наукової періодики в університетах підтверджує активно застосовувана змішана модель публікації статей, коли традиційний друкований варіант наукового журналу доповнений публікацією «Epub ahead of print» (електронна публікація перед друком), яка дає можливість оперативного доступу до інформації широкій читацькій аудиторії, дозволяє скоротити кількість друкованих примірників і витрати на них.

У Дніпропетровському національному університеті залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна для забезпечення видання наукових журналів було розроблено програмну «Цифровий верстальник», яка вже пройшла апробацію на виданнях наукової періодики «Наука та прогрес транспорту» та «Антропологічні виміри філософських досліджень». «Цифровий верстальник» автоматизує верстку наукових журналів, автоматично інтегрує метадані й тексти наукових статей на сервер університету (на платформах OJS, Dspace), а також в Index Copernicus, CrossRef, РІНЦ та ін. Програма підтримує формати DOC, PDF, HTML, XML [14, с. 188–189]. Нова модель видання університетської наукової періодики із застосуванням е-публікації перед друком дозволяє оперативний доступ до нових наукових розробок і оптимізує штат задіяних у підготовці видань співробітників.

Використання інтернет-технологій для розповсюдження результатів наукових досліджень спонукало бібліотеки, які безпосередньо зацікавлені в якісній науковій і навчальній літературі, відмовитися від ролі «стороннього спостерігача» і стати активним учасником видавничого процессу. Модель «Бібліотечне видавництво» (Library Publishing) була започаткована університетами Північної Америки і набула розвитку в європейських країнах, підвищивши статус університетської бібліотеки. Сьогодні цю модель, що об'єднала наукову і видавничу діяльність, активно запроваджують наукові й університетські бібліотеки в Україні, прагнучи якнайактивніше представити доробок українських науковців і освітян.

На відміну від університетських видавництв, видавнича діяльність бібліотеки, як правило, субсидується і не передбачає отримання прибутку від публікації наукових журналів, монографій, матеріалів конференцій та іншої продукції. Задіяність сучасної бібліотеки у видавничому процесі не становить загрози (як може здатися на перший погляд) функціонуванню видавництв вищих навчальних закладів.

Стрімке поширення різноманітних пристроїв для читання електронної книги, яку донедавна у видавничих колах сприймали ледь не вороже, на самому початку її появи на ринку викликало побоювання, що невдовзі вона складе значну конкуренцію друкованій книзі – художній і науковій. Розумінню ситуації у цьому сегменті книговиданні сприяло перше дослідження видавничої практики наукової і навчальної книги, проведене Association of Learned and Professional Society Publishers (ALPSP), участь у якому взяли 400 академічних і наукових видавництв – від найменших (до 20 нових назв на рік) до великих (понад 200 нових назв на рік). Частка некомерційних видавництв, які видають наукову літературу, становила 76 %, водночас комерційні видавництва (24 %) в середньому публікують в чотири рази більше книг, ніж некомерційні. Найбільш затребуваними у цьому ринковому сегменті є: монографії (85 %), посилання на наукові роботи (66 %), підручники (58 %), професійні довідники (47 %), доповіді конференцій (35 %), звіти про наукові дослідження (26 %).

Що стосується електронного книговидання, то 63 % видавництв публікують книги або на власній видавничій платформі, або через агрегатори (забезпечують домовленість з окремими контент- або сервіс-провайдерами для зручності користувача) чи хостинг-компанії (надають послуги з розміщення на власних технічних майданчиках обладнання, що забезпечує доступ до даних споживача через мережу Інтернет).

Найпопулярнішими є бізнес-моделі безумовної купівлі, річної передплати, безкоштовного он-лайн доступу з купівлею друку. Безпосередньо кінцевому споживачу електронні книги продає 31 % видавців, часто диференціюючи ціну залежно від типу клієнта (корпоративний чи академічний). Про зацікавленість видавців наукової, навчальної і довідкової літератури в просуванні електронної книги свідчить той факт, що, згідно з результатами опитування, видавництва адаптуватимуть свою продукцію до технічних характеристик різноманітних пристроїв для читання (78 %), залучатимуть до співпраці нових провайдерів (65 %) і випробовуватимуть нові бізнес-моделі (66 %) [15, с. 349–352].

Безумовними лідерами у сфері електронного книговидання є Великобританія і США. Проте останні дослідження ринку засвідчили, що 2015 року стрімкий злет продажів е-книги в багатьох країнах зупинився, а у Великобританії прибутки у цьому сегменті знизилися. Найпотужніші видавництва британського ринку, серед яких Penguin Random House, Hachette, Harper Collins, Pan Macmiland and Simon&Schuster у звітності зазначили зниження сукупного обсягу електронних книг на 2,4 % [16]. Серед причин – значна конкуренція, яку складають сервіси самопублікації і друку на вимогу, а також суттєве здорожчання електронної книги. Показник продажів у Німеччині становить 4,5 %, у Росії – 3 %, хоча продажі електронної книги саме в сфері навчальної літератури тут знизилися [17].

Для підготовки і розповсюдження наукових, навчальних, навчально-методичних видань все більшого поширення набуває сервіс «print on demand» («друк на вимогу»), який дозволив суттєво оптимізувати видавничий процес в умовах невисоких тиражів університетської книги. «Друк на вимогу» від моменту появи в 1997 р. вже тривалий час затребуваний у практиці провідних світових і європейських видавництв вищих навчальних закладів, які пропонують своїм студентам більш «мобільні» і доступні електронні видання і за потреби можуть оперативно віддрукувати замовлену кількість примірників, уникнувши проблеми зберігання віддрукованої продукції у складських приміщеннях, загрози нерозпроданого тиражу та ін.

Книготорговельні мережі, як правило, мало зацікавлені у такій «специфічній» літературі як наукова книга. Навіть провідні американські видавництва – Гарвардського, Каліфорнійського, Чиказького університетів – пропонують своїй читацькій аудиторії доволі обмежений асортимент друкованої книги (близько 150 назв на рік) через складності збуту на внутрішньому і зовнішньому ринках. Виключенням (у позитивному сенсі) із загальної ситуації щодо розповсюдження видавничої продукції є Колумбійський університет у США та лідери британської освіти – Оксфордський і Кембриджський університети [18, с. 17–18]. Що стосується університетського книговидання у Великобританії, то «сегмент наукової книги зростає тут швидше, ніж ВВП» [19].

Українські видавництва вищих навчальних закладів і нині залишаються зорієнтованими на традиційну технологію книговидання, «друк на вимогу» поки що не вкорінився на вітчизняному ґрунті. Чи не єдиним університетським видавництвом, яке освоїло сервіс «print on demand», є видавництво «Львівської політехніки», проте використання його доволі специфічне: читачам пропонують надрукувати «на вимогу» лише ті книги, які представлені у каталозі, але тираж вже розпродано; до того ж, вартість роздрукованого примірника (лише в обкладинці, а не у палітурці) буде вища, а процес виготовлення триватиме близько тижня. Відтак, говорити про повноцінне застосування сервісу «друк на вимогу» з тими перевагами, які він може надати видавництву вищого навчального закладу в умовах трансформації галузі, поки що зарано, адже фактично процес зводиться до додруковування потрібної кількості вже розпроданого тиражу [20].

Суттєвими перешкодами на шляху впровадження сервісу «друк на вимогу» в практику українських університетських видавництв є мала мобільність, залежність від політики вищого навчального закладу, інертність до впровадження інновацій у своїй діяльності, відсутність коштів на придбання дороговартісного обладнання для цифрового друку взамін морально і фізично застарілого, а то й взагалі власних поліграфічних потужностей та ін.

Наступними викликами, з якими доводиться стикатися при запровадженні сервісу «друк на вимогу», є: складність обліку тиражів наукової, навчальної, навчально-методичної і довідкової літератури; незначний асортимент; піратство; дотримання авторських прав; обрання ефективної бізнес-моделі та ін.

Активний розвиток видавничих технологій привів до ситуації, яка певною мірою унеможливлює активне протиставлення друкованої й електронної книг. Як не парадоксально, сьогоднішня друкована книга є якоюсь мірою книгою електронною, адже являє собою роздрук цифрового видання. В свою чергу, завдяки сервісу «друк на вимогу» електронна книга в будь-який час може стати книгою друкованою, «зберігаючи формат книги як такий» [17].

Українські університетські видавництва діють поки переважно у рамках усталених моделей А (видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», видавництво «Політехніка» Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», видавництво «Львівська політехніка», видавництва Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, Української академії друкарства, Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, Львівського національного університету імені Івана Франка, Сумського державного університету та ін.) і Б (Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», видавництво Українського Католицького Університету, ТОВ «Видавництво “Підручник НТУ “ХПІ”»).

В умовах трансформації видавничої галузі університетське видавництво змушене шукати нові моделі,

форми і організаційні структури, аби відповідати на виклики, що постають перед ним. Значна увага має бути приділена новим технологіям, інноваційним підходам і сервісам. Чималі перспективи перед видавництвами вищих навчальних закладів відкривають використання послуг аутсорцерів та активне впровадження сервісу «друк на вимогу», розміщення електронних книг на видавничій платформі університету в умовах вільного доступу або платного друку.

Необхідністю є і започаткування співпраці з агрегаторами, яка фактично відсутня на українському видавничому ринку. Видавці наукової і навчальної книги мають врахувати, що така співпраця передбачає клопіткий і витратний процес приведення електронного контенту до вимог агрегаторів. Більшість університетських видавництв не готова до співпраці з комерційними агрегаторами саме через додаткові витрати, вважаючи вигоду для себе мінімальною, віддаленою у перспективі й акцентуючи увагу на хибній тезі, що комерційні цілі для видавництва вищого навчального закладу є вторинними [21].

Висновки. В умовах швидкого розвитку інноваційних технологій у книговиданні надважливим питанням для українських вищих навчальних закладів є впровадження у практику нових моделей, що базуються, зокрема, на застосуванні «хмарних» сервісів, технології «друк на вимогу», аутсорсингу та ін. Нерозуміння нагальної потреби у зміні сталих моделей організації видавництва вищої школи може призвести до занепаду університетського книговидання в умовах наступу конкурентів, які все активніше завойовують нішу наукового і навчального книговидання, фактичного витіснення на маргінеси університетських видавництв.

ЛІТЕРАТУРА

1. Комаров Е. И, Маковеев Н. П. Эффективное издательство. Менеджмент и маркетинг в издательской деятельности : учебно-методическое пособие / Е. И. Комаров, Н. П. Маковеев. – М. : Логос : Московский государственный университет печати, 2000. – 240 с.
2. Лоза Г. І. Видавнича діяльність Київського політехнічного інституту. Автореф. дис. … канд. наук з соц. комунікацій / Г. І. Лоза. – К., 2015. – 18 с.
3. Гитис Л. Х. Современное университетское издательство / Л. Х. Гитис. – М. : Издательство Московского государственного горного университета, 2005. – 543 с. : ил.
4. Гитис Л. Х. Глобализация в книжном деле // Горный информационно-аналитический бюллетень. – 2005. – № 3. – С. 83–87.
5. Водолазька С. А. Сучасна видавнича галузь східноєвропейського регіону : інноваційні детермінанти та актуальні трансформації. Автореф. дис.. … д. наук з соц. комунікацій / С. А. Водолазька. – К., 2016. – 30 с.
6. Лукин В. Б., Атаман В. В., Панова Н. А., Зюков Н. С. Управление издательской деятельностью : учебное пособие. – М. : МГУП, 2012. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://hi-edu.ru/e-books/xbook989/01/about.htm.
7. Економіка та стратегія розвитку підприємств : колективна монографія ; за заг. ред. д.е.н., проф. В. К. Данилка. – Житомир : ЖДТУ, 2010. – 284 с.
8. Соколенко В. А., Поляк А. В. Концепція «хмарних» обчислень та її застосування в електронній торгівлі // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – 2013. – № 6 (980). – С. 109–117.
9. Издательский сервис Ridero. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://ridero.ru.
10. Lucidpress. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.lucidpress.com.
11. Создавай дизайн в браузере – Ahoba(;. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://boomstarter.ru/projects/qustq/sozdavay_dizayn_v_brauzere_-_ahoba.
12. Издательство научной литературы «Nobel Press». – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.nobelpress.com.
13. Головаха С. Конвергенція друкованого і мультимедійного контенту в бібліотеці / С. Головаха // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. Вернадського. – 2011. – Вип. 31. – С. 174–182.
14. Колесникова Т. А., Клюшник И. А. Издание научной периодики в университетах : новые задачи, участники, технологии // Наука та прогрес транспорту. Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту. – 2015. – № 6 (60). – С. 183–197.
15. Laura Cox. Scholarly book publishing practice : the ALPSL survey findings // Learned Publishing. Vol. 23. N 4. October 2010. P. 347–356. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://dblp2.uni-trier.de/db/journals/lp/lp23.
16. Tivnan T. E-book sales abate for Big Five // The Bookseller, 29.01.2016. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.thebookseller.com/blogs/e-book-sales-abate-big-five-321245.
17. Костюк К. Точка перелома : рост электронных книг остановился. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.aselibrary.ru/blogs/archives/1564/.
18. Водолазька С. А. Традиції та інновації у світовому університетському книговиданні // Вісник книжкової палати. – 2012. – № 3. – С. 15–18.
19. Теремко В. Украинская книжность : испытание временем и политикой. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://m.day.kyiv.ua/ru/article/ukraincy-chitayte/kto-vernet-nam-pechatnoe-slovo.
20. Видавництво Львівської політехніки. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.vlp.com.ua.
21. Издательская деятельность и электронные ресурсы вуза : баланс взаимодействия? – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.aselibrary.ru/press_center/journal/ubook/ubook4347/ubook43474351/ubook434743514413/ubook4347435144134414.

REFERENCES

1. Komarov E. I, Makoveev N. P. Efficient publishing. Management and marketing in the publishing activity. Moskov: Logos : Moskovskiy gosudarstvennyiy universitet pechati, 2000. – 240 p.
2. Loza G. I. Publishing Kiev Polytechnic Institute. PhD Thesis for the degree of Candidate of Social Communication. Kyiv, 2015. – 18 p.
3. Gitis L. H. The modern university publishing house. Moskov: Izdatelstvo Moskovskogo gosudarstvennogo gornogo universiteta, 2005. – 543 p.
4. Gitis L. H. Globalization in the book business // Gornyiy informatsionno-analiticheskiy byulleten, 2005. – № 3. – P. 83–87.
5. Vodolazka S. A. Modern East European publishing industry : innovation determinant and actual transformation. PhD Thesis for the degree of Doctor of Social Communication. Kyiv, 2016. – 30 p.
6. Lukin V. B., Ataman V. V., Panova N. A., Zyukov N. S. Publishing Management. Moskov: MGUP, 2012. Available at: http://hi-edu.ru/e-books/xbook989/01/about.htm.

7. Economy and development strategy : collective monograph. Zhitomir : ZhDTU, 2010. – 284 p.
8. Sokolenko V. A., Polyak A. V. The concept of «cloud» computing and its application in e-commerce // Visnik NTU «HPI». Seriya: Aktualni problemi rozvitku ukrayinskogo suspilstva, 2013. – № 6 (980). – P. 109–117.
9. Publishing service Ridero. Available at: https://ridero.ru.
10. Lucidpress. Available at: https://www.lucidpress.com.
11. Create design browser – Ahoba (;.Available at: http://boomstarter.ru/projects/qustq/sozdavay_dizayn_v_brauzere_-_ahoba.
12. Publisher «Nobel Press» scientific literature. Available at: http://www.nobelpress.com.
13. Golovaha S. The convergence of print and multimedia content library // Naukovi pratsi Natsionalnoyi biblioteki Ukrayini im. V. Vernadskogo, 2011. – N. 31. – P. 174–182.
14. Kolesnikova T. A., Klyushnik I. A. The publishing of scientific periodicals at universities: new challenges, participants, technology // Nauka ta progres transportu. Visnik Dnipropetrovskogo natsionalnogo universitetu zaliznichnogo transportu, 2015. – № 6 (60). – P. 183–197.
15. Laura Cox. Scholarly book publishing practice : the ALPSL survey findings // Learned Publishing. Vol. 23. N 4. October 2010. P. 347–356. Available at: http://dblp2.uni-trier.de/db/journals/lp/lp23.
16. Tivnan T. E-book sales abate for Big Five // The Bookseller, 29.01.2016. Available at: http://www.thebookseller.com/blogs/e-book-sales-abate-big-five-321245.
17. Kostyuk K. Breakpoint: the growth of e-books has stopped. Available at: http://www.aselibrary.ru/blogs/archives/1564/.
18. Vodolazka S. A. Tradition and innovation in a global university book publishing // Visnik knizhkovoyi palati. – 2012. – № 3. – P. 15–18.
19. Teremko V. Ukrainian book culture: the test of time and politics. Available at: http://m.day.kyiv.ua/ru/article/ukraincy-chitayte/kto-vernet-nam-pechatnoe-slovo.
20. Publishing Lviv Polytechnic. Available at: Режим доступу: http://www.vlp.com.ua.
21. Publishing and electronic resources of the university: the balance of interaction? Available at: http://www.aselibrary.ru/press_center/journal/ubook/ubook4347/ubook43474351/ubook434743514413/ubook4347435144134414.

The organizational models of publishing houses of higher education institutions under transformation of the field

L. Davydova

Abstract. The article analyzes the traditional models of university publishing houses and the necessity of the transition them to new models of the active technology of «the print on demand», the service of self-publishing, cloud technologies and the outsourcing for the competitiveness and the efficient activity of publishing houses of higher education institutions in terms of the publishing industry transformation.

Keywords: *model of the publishing house, publishing, university publishing house, print on demand, outsourcing, online constructor, cloud technologies in the publishing.*

Организационные модели издательств высших учебных заведений в условиях трансформации отрасли

Л. В. Давыдова

Аннотация. В статье проведен анализ традиционных моделей организации университетских издательств и обоснована необходимость перехода к новым моделям с активным использованием технологии «печать по требованию», сервиса самопубликации, облачных технологий и аутсорсинга для обеспечения конкурентоспособности и эффективной деятельности издательств высших учебных заведений в условиях трансформации издательской отрасли.

Ключевые слова: *модель организации издательства, издательская деятельность, университетское издательство, печать по требованию, аутсорсинг, онлайн-конструктор, облачные технологии в книгоиздании.*

Практика залучення користувацького контенту регіональними медіа

С. В. Коваль

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
Corresponding author. E-mail: svitlana_koval@ukr.net

Paper received 26.01.17; Accepted for publication 02.02.17.

Анотація. У статті сфокусовано дослідницьку увагу на досвіді залучення користувацького контенту різнотипними регіональними медіа. На підставі аналізу інформаційного простору констатовано, що всі типи черкаських медіа послуговуються контентом користувачів різною мірою та способом. У розвідці описано найтиповіші форми залучення користувацького контенту журналістами місцевих газет, телебачення, інтернет-ЗМІ та доведено його практичну потребу. Виокремлено структурно-змістові типи користувацького контенту в черкаських медіа, узагальнено результати наукового пошуку.

Ключові слова: *«user-generated content», користувацький контент, регіональні медіа, залучення контенту користувачів.*

Вступ. У сучасному медійному середовищі комунікація зазнає докорінного трансформування. Аудиторія більше не є тільки споживачем інформації, оскільки активно долучається до поширення та створення власного контенту. За допомогою різноманітних сервісів користувачі можуть залишати коментарі, надсилати петиції, брати участь в опитуваннях, обговореннях, створювати власні блоги, розміщувати фото й відео на спеціальних платформах, поширювати різний контент на особистих сторінках у соціальних мережах. З огляду на такі інноваційні процеси у сфері медіа, сформувалися й певні особливості роботи журналістів, які нині посилюють налагодження контактів зі своєю аудиторією, долучаючи її до співпраці, створення контенту та реагування на нього.

Тенденція до активного залучення аудиторії нині набуває особливої актуальності серед світових ЗМІ. Усі великі друковані медіа, телерадіокомпанії («BBC», «CNN», «NYT», «Guardian» тощо) мають спеціальні підрозділи для роботи з користувацьким контентом, який потім доречно й органічно застосовують у журналістських матеріалах. Як слушно зауважує М. Дорош, досвід місцевих видань у цій сфері теж важливий: зазвичай, саме на локальному рівні найуспішніше відбувається взаємодія між редакцією та аудиторією [4]. Тому постає необхідність систематизувати традиційні способи й окреслити нові формати залучення контенту користувачів до матеріалів регіональних ЗМІ, що допоможе оптимізувати модель медійної діяльності.

Стислий огляд публікацій за темою. Феномен користувацького контенту вивчали українські та іноземні науковці. К. Афанасьєва (Горська) запропонувала типологію користувацького контенту з огляду на можливість регулювання його використання та поширення [1], Т. Бондаренко схарактеризувала залучення користувацького контенту як різновид взаємодії медіа з аудиторією [3], О. Сухомлин дослідила функціювання UGC в інформаційному полі, розмежувала користувацький контент за його функційним потенціалом [7]. У дослідженні К. Баранової схарактеризовано найпоширеніші форми організації користувацького контенту та проблеми його використання на сайтах ЗМІ [2]; у праці Н. Павлушкіної запропоновано структурно-змістові типи читацьких матеріалів і моделі взаємодії журналістів та читачів [6]. Проте нині бракує розвідок про способи залучення UGC на локальному рівні, у регіональних медіа. Аналіз такої практики спонукатиме до більш глибоких теоретичних узагальнень щодо явища користувацького контенту, уможливить формулювання практичних рекомендацій стосовно модернізації інформаційної взаємодії медіа й аудиторії, поліпшення якості медійних текстів.

Мета – схарактеризувати й систематизувати практику залучення черкаськими регіональними медіа користувацького контенту, обґрунтувати доцільність застосування в ЗМІ таких відомостей.

Матеріали й методи. У межах аналізу охоплено контент регіональних газет («Нова Доба», «Вечірні Черкаси», «Акцент», «Черкаський край»), місцевого телебачення («ВІККА», філія НТКУ «Рось»), а також черкаських онлайн-видань («Прочерк», «ПроГоловне», «Інфоміст», «ПроВсе», «Вчасно»). Обрання джерельної бази вмотивоване популярністю, рейтинговістю цих ЗМІ, а також їхнім локальним характером, що становить наукове зацікавлення. У процесі дослідницького пошуку застосовано такі методи: спостереження – для виявлення в матеріалах ЗМІ користувацького контенту; описовий – для комплексної характеристики наявної практики застосування журналістами контенту користувачів; метод узагальнення, за допомогою якого зроблено висновки про найтиповіші способи залучення користувацького контенту журналістами місцевих друкованих та електронних медіа, інтернет-ЗМІ.

Результати та їх обговорення. Сучасні ЗМІ намагаються не тільки стати більш значущими для аудиторії, завоювати її лояльність, відповідати її потребам, але й бачать у ній партнера зі створення контенту. Нині UGC часто наявний у матеріалах журналістів, оскільки слугує додатковою інформацією (здебільшого безкоштовною), доповнює тексти, збагачує ексклюзивом. Контент, згенерований користувачами, «передбачає участь у створенні інформаційного продукту не професійних журналістів, а користувачів системи. Аматорський контент стає дедалі відчутнішим складником інформаційних сайтів у зв'язку з можливістю для кожного споживача вести свій блог, систематично подавати коментар до журналістських текстів. UGC активізувався з поширенням недорогих камер та мобільних телефонів із функцією фотографування та запису відео, а також з появою можливості безкоштовного розміщення цих матеріалів у мережі» [5, с. 31]. Зазвичай, текстовий, фото- чи відеоконтент користувачі поширюють через соціальні мережі або ж

 ©|S. V. Koval 2017

на спеціальних платформах, проте всім відомі листи до редакції – це теж один із виявів «контенту, згенерованого користувачами, який журналісти застосовують у складі свого медіапродукту після редакційного контролю» [1, с. 75].

Залучення користувацького контенту заохочують у багатьох редакціях, ЗМІ Черкащини – не виняток. Така співпраця виявляється насамперед у коментуванні публікацій; повідомленні додаткових відомостей до матеріалу; у постійному інформуванні; пропонуванні фото, відео- й аудіозаписів; у запрошенні читачів до обговорення на сторінках видання актуальних проблемних питань тощо [3, с. 169]. При цьому важливо, що фактично будь-хто може стати дописувачем до газети чи співавтором відеосюжету або журналістського тексту. Зауважимо, що найчастіше до друкованих медіа свої листи, прохання чи запитання надсилають люди середнього або старшого віку, пенсіонери, а в інтернеті активно поширює контент молодь (школярі, студенти) чи громадські діячі, публічні особи, небайдужі громадяни.

Практика використання UGC доволі різна, оскільки не всі редакції усвідомлюють цінність такого контенту або не мають технічних можливостей для його перевірки. Газети застосовують контент користувачів, не пов'язуючи його з певною подією, найчастіше в окремих рубриках. Онлайнові ЗМІ та телебачення більш оперативні в поданні інформації, тому користувацький контент часто подають у новинних повідомленнях.

Досліджуючи користувацький контент у друкованих медіа, Н. Павлушкіна виокремлює структурно-змістові типи читацьких матеріалів [6, с. 17–18]. Більшість таких відомостей представлені й у черкаських друкованих ЗМІ. Серед них найбільш поширеними є: питання до спеціалістів у різних сферах життя (рубрика *«Громадська приймальня»* – газета «Нова Доба»; рубрики *«Три запитання до мерії», «Три запитання до лікарів», «Ви запитували»* – газета «Вечірні Черкаси»); поради від читачів, частіше за все з побутової сфери – здоров'я, рецепти, народна медицина (рубрика *«Я це роблю так…»* – газета «Черкаський край»); записи щоденникового характеру (блогерські дописи В. Кобиляцької – «Нова Доба»); листи до редакції (рубрика *«Листи читачів»* – «Нова Доба»), відповіді, думки з приводу; листи компліментарного характеру (рубрика *«Листи до редакції»* – «Нова Доба»); цитати з блогосфери, коментарі з сайту в тематичних добірках; власні, наближені до журналістських стандартів, тексти (рубрики *«Стань ньюзмейкером», «Надішли новину»*) – написані в інформаційних жанрах, невеликого обсягу з неяскравими заголовками, фотографіями; фотографії з пояснювальними текстівками; рубрики *«За й проти»* – висловлювання полярних думок з актуальної проблеми, що мала в суспільстві великий резонанс.

Іноді результатом спільної діяльності стають цілі проекти. Наприклад, у межах проекту *«Вікна, які не світяться»* газета «Нова Доба» публікує фото та історії читачів про цікаві хати в селах, де ніхто не живе та які вже стали історією нашого краю. Продуктом спільної творчості працівників ЗМІ та користувачів можемо назвати листи читачів і відповіді на них від редакції. Читач задає тему матеріалу, формулює свою думку щодо зазначеної інформації та просить редакцію висловити свій погляд стосовно порушеного питання.

У ході наукового пошуку досліджено, що мотиви для написання листа до редакції будь-якого черкаського друкованого ЗМІ – різні. Журналісти «Нової Доби» і «Вечірніх Черкас» отримують листи переважно від пенсіонерів із проханням провести журналістське розслідування або ж опублікувати власну життєву історію. Журналістська практика засвідчує, що часто читачі надсилають уже готові матеріали для літературної сторінки. До редакції «Черкаського краю» листи пишуть люди з проханням допомогти їм, але газета не завжди може це зробити у зв'язку з фінансовими труднощами. Також працівники ЗМІ мають право не відповідати на листи, про що зазначено на звороті видання [3, с. 169]. Наприклад, газета «Акцент» подає запитання читача: *«Пока на растениях томата не было завязей, опрыскивал их от фитофторы химическими препаратами. Есть ли безопасные препараты, которыми можно опрыскивать помидоры во время плодоношения? И существуют ли вообще сорта, которые не страдают от этой помидорной чумы? Вера Н., Золотоноша?»* – і відповідає на нього («Акцент», 27.07.2016). Такі матеріали можна знайти в кожному номері різних видань. *«Вийшла на пенсію 2006-го року. Із 2007-го до травня 2015-го займалася підприємницькою діяльністю. Чи маю я право на перерахунок пенсії?» Ольга Петрівна, Христинівщина* («Нова Доба», 28.01.2016).

Намагаючись бути в тренді, оперативніше подавати інформацію, завойовувати молодшу аудиторію, друковані ЗМІ застосовують у своїх матеріалах і перепости із соціальних мереж, хоча частотність використання такого контенту невисока, порівняно з телебаченням чи з інтернет-медіа. Цей тип користувацького контенту в друкованих медіа можемо диференціювати залежно від способу подання інформації. Найбільш поширеним різновидом UGC із соціальних мереж, який застосовують ЗМІ, є текстовий контент, наприклад, у статтях: *«У Смілі зариблювали Тясмин». Про це у «Фейсбуці» інформує голова «Об'єднання підводних мисливців та рибалок Черкащини» Ілля Слободяник»* («Акцент», 03.09.2016); *«Своє ставлення до перейменування вулиць у Черкасах висловив черкаський письменник Андрій Кравець. Про це він написав на свої сторінці в соціальній мережі «Фейсбук»* («Нова Доба», 21.01.2016); *«Готовы ли школы к новому учебному году?». Об этом на своей страничке в Фейсбук написал заместитель городского председателя Игорь Коломоец* («Акцент», 17.08.2016). Нерідко журналісти використовують у своїй практиці й фотофакти, запропоновані користувачами. Як, наприклад, у матеріалах: *«Фотофакт: на смілянському стадіоні згоріла ВІП-трибуна». Про це повідомили очевидці події в соцмережі Вконтакте у групі «Підслухано в Смілі»* («Черкаський край», 02.08.2016). Також трапляються поєднання фото й текстових повідомлень: *«Черкаський водоканал запрошує містян на щотижневі екскурсії». Про це повідомляється на сторінці комунального підприємства у Фейсбук* (додано фото зі сторінки; «Акцент», 27.07.2016); *«На Грин-фесте черкасщане*

спасли десятки километров почвы от отравления». […] «Будущее за нами!» – написали организаторы фестиваля на странице мероприятия в «Фейсбуке» («Акцент», 13.07.2016).

Однією з найпомітніших трансформацій не лише на світовому, усеукраїнському, але й на місцевому телебаченні є поява в новинних програмах інформації, створеної не журналістами, а користувачами. Джерелами користувацького контенту, використаного місцевим телебаченням, слугують сюжети, що містять коментарі, дані, зображення або відео із соціальних мереж і власне акаунти людей, які своїми повідомленнями створюють інформаційні приводи або деталізують уже готові журналістські матеріали. Черкаський телеканал «ВІККА» на своїй сторінці у «Фейсбук» запропонував глядачам стати співавторами: «Кожен із вас у житті коли-небудь ставав свідком цікавих та резонансних подій. Тому пропонуємо Вам стати співавтором ТРК «ВІККА» та повідомити про побачене! Якщо ви зафіксували на свій смартфон, камеру або відеореєстратор автомобіля цікаві інциденти, ДТП, пригоди на дорогах у місті Черкаси та Черкаській області, просимо надсилати відеоматеріали на електронну адресу: vikkanews@gmail.com або писати повідомлення на офіційних сторінках «ВІККА» у соцмережах Facebook та «Вконтакті». Будьте у курсі подій разом із нами!» (https://www.facebook.com/TelekanalVIKKA/posts/1212908585417460:0).

За нашими спостереженнями, у своїх сюжетах місцеві телеканали використовують пости й коментарі з обговорень користувачів у спільнотах соціальних мереж, як-от: *«У Черкасах зіштовхнулися дві маршрутки». У соцмережах очевидці події пишуть: жоден із пасажирів не постраждав. Нині правоохоронці з'ясовують подробиці та встановлюють винуватця події* («ВІККА», 25.11.2016); «*Виплати на дітей». Переполох серед батьків щодо можливого скасування допомоги при народженні дитини викликаний недостовірною інформацією у соцмережах – переконують фахівці* («Рось», 24.02.2016). Також це можуть бути аматорські відео з місця надзвичайної події або ж із цікавими фактами, які викрили та зняли на камеру користувачі й виклали такий контент в інтернет: *«Трагічний випадок: під одним із черкаських нічних клубів юнака забили на смерть (ВІДЕО)»* («ВІККА», 17.10.2016); *«На Черкащині знайшли нелегальний вугільний завод (ВІДЕО)»* («ВІККА», 11.08.2016).

Для всебічного аналізу порушеної проблеми важливо схарактеризувати практику залучення UGC місцевими онлайновими виданнями. Оскільки інтернет надає найширші можливості для розміщення та поширення контенту користувачів, то редакції мережевих ЗМІ найактивніше застосовують його в журналістських матеріалах. Наприклад, журналісти видання «ПроГоловне» на першій сторінці сайту запрошують «Запропонувати новину» (http://progolovne.ck.ua/addnews/).

На думку К. Баранової, серед найбільш поширених форм організації користувацького контенту в інтернет-виданнях варто виокремлювати: коментарі (можливість висловити свою думку з приводу теми статті, події, яким присвячена стаття, до блогів журналістів, до відео- й фотоматеріалів); голосування (щодо запланованого виданням висвітлення подій); опитування (результати читацьких опитувань стосовно порядку денного; запитання користувачів сайту до гостей редакції); відео- та фотоматеріали, зроблені за допомогою мобільних телефонів користувачів, відеоролики «You Tube» [2]. Усі аналізовані регіональні інтернет-ЗМІ надають користувачам змогу коментувати журналістські матеріали, однак роблять це в різний спосіб: через реєстрацію на сайті або через вхід до профілю в соціальних мережах, щоб ідентифікувати коментаторів. Також, наприклад, на «Прочерку» існує премодерація коментарів. Опитування проводять видання «Інфоміст» та «Прочерк» («*До чого призведе підвищення «мінімалки» до 3200 грн?»* – «Інфоміст» (09.01.2017), *«Чи вірите Ви словам представників влади про те, що відремонтований черкаський театр буде відкритий в цьому році?»* – «Прочерк» (12.01.2017)). Інтернет-ЗМІ «Провсе» має окрему рубрику *«Опитування»* (http://provce.ck.ua/category/oputyvannya/). До переліку популярних форм організації UGC зараховують і блоги [7, с. 160]. На «Прочерку» це рубрика *«Пряма мова»*; видання «Інфоміст», «Провсе», «Вчасно» представляють *«Блоги»*.

Найбільшу частотність залучення журналістами контенту користувачів становлять пости із соціальних мереж. Серед найпоширеніших різновидів можемо виокремити:

– текстовий UGC (*«Свій коментар щодо результатів електронного декларування поширила у «Фейсбуці» черкаська громадська діячка Вікторія Феофілова. «От чесно, не розумію, чого всі такі шоковані деклараціями, – пише вона. – Люди, ви справді не знали, що в них яйця Фаберже, квартири, годинники і золотишко?»* («Прочерк», 21.10.2016));

– фотофакти з повідомленням новини (*«Черкаські патрульні розбили вже другу автівку, – соцмережі (фото)»* («Інфоміст», 08.03.2016));

– фотожаби, меми (*«У мережі показали Черкаси після апокаліпсису». У соцмережі змоделювали, що станеться із Черкасами у разі цунамі або під час нападу прибульців* («ПроВсе», 19.10.2016));

– добірки фото місцевих фотографів-професіоналів чи аматорів (*«Черкаси в Інстаграмі: ТОП-15 найпопулярніших фото мережі»* («ПроВсе», 19.09.2016));

– комбінований користувацький контент (поєднання фото й текстових матеріалів, як наприклад: *«Непроїзні Черкаси: що наробила негода в місті» Через негоду у Черкасах частково заблокований рух тролейбусів. Про це у мережі Фейсбук повідомив член громадської ради при КП «Черкасиелектротранс» Валерій Мироненко* (подано текст повідомлення із соціальної мережі та фото різних користувачів; «ПроВсе», 09.10.2016));

– поєднання фото й відео (*«Черкаси потонули у воді (фото, відео)». У мережах містяни викладають відео і фото. Також повідомляють, що разом зі зливою у деяких районах міста обрушився град* («ВІККА», 23.10.2016));

– комбінація фото, відео та вербальної інформації (*«У Черкасах мотоцикліст влаштував бійку із водієм фури». Дорожній конфлікт між мотоциклістом та*

водієм вантажівки виник у Черкасах, пишуть у соцмережі «Типичные Черкассы»); текст повідомлення супроводжує фото з місця пригоди та відео, зняте користувачами соціальної мережі «ВКонтакте» («ВІ-ККА», 02.09.2016); *«Один із двох дезертирів, яких затримала СБУ на Чонгарі, виявився черкащанином». Про це на брифінгу повідомив Голова СБУ Василь Грицак. Відео опублікували на каналі YouTube СБУ. Про це на своїй сторінці у «Фейсбук» повідомив Андрій Кравець»* – до текстового повідомлення та відео додано фото документів особи, про яку йдеться в матеріалі («Інфоміст», 22.11.2016).

Проаналізувавши різні види користувацького контенту в матеріалах черкаських інтернет-видань, можемо підсумувати, що місцеві журналісти використовують вербальний UGC переважно зі сторінок представників влади та громадських діячів, серед контенту від звичайних користувачів соціальних мереж (опублікований здебільшого в місцевих спільнотах) найчастотніша фото- й відеоінформація.

Висновки. Унаслідок аналізу теоретико-практичних джерел підсумовано, що нині користувацький контент – важливий інструмент для залучення нової та втримання сформованої аудиторії. У редакції повинна бути стратегія, дотримання якої допоможе вміло залучати контент користувачів, не витрачаючи при цьому багато зусиль для перевірки контенту чи коштів для його отримання, а матеріали при цьому будуть якіснішими. Перспективу подальших наукових пошуків убачаємо в практичному аспекті (проведення експертного опитування редакторів місцевих ЗМІ щодо стратегій залучення UGC) і теоретичному вимірі (опрацювання потенційних ресурсів для поширення користувацького контенту).

ЛІТЕРАТУРА

1. Афанасьєва (Горська) К. О. Користувацький контент: зона відповідальності ЗМІ чи аудиторії? / К. О. Афанасьєва (Горська) // Держава та регіони. – Серія: Гуманітарні науки. – 2014. – № 1–2. – С. 74–79.
2. Баранова Е. А. Формы организации и проблемы использования UGC на газетном сайте [Э. ресурс] / Е. А. Баранова. – Режим доступа : http://www.mediascope.ru/node/1531.
3. Бондаренко Т. Регіональна практика взаємодії медіа з аудиторією (за результатами соціологічного дослідження) / Т. Бондаренко // Поліграфія і видавнича справа. – 2016. – № 2 (72). – С. 162–173.
4. Дорош М. Контент від аудиторії: чи потрібен цей головний біль? [Е. ресурс] / М. Дорош // Mediasapiens. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/how_to/kontent_vid_auditorii_chi_potriben_tsey_golovniy_bil/.
5. Журналістика : словник-довідник / авт.-уклад. І. Л. Михайлин. – К. : Академвидав, 2013. – 320 с.
6. Павлушкина Н. А. Редакция массовой газеты и аудитория как продуценты информационного дискурса : автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.01.10 «Журналистика» / Н. А. Павлушкина ; Санкт-Петербургский государственный ун-т. – СПб., 2010. – 24 с.
7. Сухомлин О. UGC (User-Generated Content) у журналістському полі / О. Сухомлин // Образ. – 2015. – Вип. 1. – С. 159–165.

REFERENCES

1. Afanasieva (Horska) K. User Content: are the Responsibility of the Media or the Public? / K. Afanasieva (Horska) // The State and the Regions. Series: The Humanities science. – 2014. – № 1–2. – P. 74–79.
2. Baranova E. A. Forms of Organizing and Problems of Using UGC on a Newspaper Website / E. A. Baranova [E. source]. – Available at : http://www.mediascope.ru/node/1531.
3. Bondarenko T. Regional Practice of Media Interaction with the Audience (Based on the Social Survey Results)/ T. Bondarenko // Printing and Publishing. – 2016. – № 2 (72). – P. 162–173.
4. Dorosh M. Content from the Audience: Does this Headache Need? / M. Dorosh [E. source]//Mediasapiens. –Available at : http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/how_to/kontent_vid_auditorii_chi_potriben_tsey_golovniy_bil/.
5. Journalism : Dictionary-reference book / compiled by I. L. Mykhailyn. – K. : Akademvydav, 2013. – 320 p.
6. Pavlushkina N. The Editors of the Newspaper Media and the Audience as Producers of Information Discourse : thesis abstract on the competition of a scientific degree of Cand. Philology. Sciences: spec. 10.01.10 «Journalism»/ N. Pavlushkina ; St. Petersburg State university. – SPb., 2010. – 24 p.
7. Suhomlyn O. UGC (User-Generated Content) in the journalistic field/ O. Suhomlyn // Image. – 2015. – № 1. – P. 159–165.

The practice of user content involving by regional media

S. V. Koval

Abstract. In the article research attention is focused on the experience of user content attracting by different types of regional mass-media. It is established on the basis of analysis of informative space, that all types of the Cherkasy media attract user-generated content in varying degrees and ways. In the publication the typical forms of involving of user content by the journalists of local newspapers, television, and online media are described and its practical necessity is well-proven. The structural and semantic types of user content in Cherkasy mass-media are distinguished, the results of scientific search are summarized.

Keywords: *«user-generated content», user content, regional media, attract user content.*

Практика вовлечения пользовательского контента региональными медиа

С. В. Коваль

Аннотация. В статье исследовательское внимание сфокусировано на опыте вовлечения пользовательского контента региональными СМИ разных типов. На основании анализа информационного пространства констатировано, что все типы черкасских медиа привлекают контент пользователей в разной степени и разными способами. В публикации описаны типичные формы вовлечения пользовательского контента журналистами местных газет, телевидения, интернет-СМИ и доказана его практическая потребность. Выделены структурно-содержательные типы пользовательского контента в черкасских СМИ, обобщены результаты научного поиска.

Ключевые слова: *«user-generated content», пользовательский контент, региональные медиа, вовлечение контента пользователей.*

Соціокомунікаційний проект зі створення консолідованого інформаційного ресурсу невеликого за масштабами міста

Кунанець Н.Е.[1], Липак Г.І.*[2], Дуда О.М.[2]

[1]Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна;
[2]Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя, м. Тернопіль, Україна
*Corresponding author. E-mail: halyna.lypak@gmail.com

Paper received 14.01.17; Accepted for publication 25.01.17.

Анотація. Проведено комплексний аналіз існуючих світових тенденцій у сфері консолідації інформаційних ресурсів установ соціальної пам'яті (бібліотек, архівів, музеїв) та здійснено їх аплікацію на соціокомунікаційне середовище «розумного міста»; окреслено базові характеристики пропонованого до реалізації інноваційного соціокомунікаційного проекту зі створення консолідованого інформаційного ресурсу невеликого за масштабами міста; представлено розроблений сценарій використання для неавторизованого користувача відповідного ресурсу.

Ключові слова: *консолідація інформаційних ресурсів, соціокомунікаційне середовище міста, «розумне місто», інститути соціальної пам'яті.*

Вступ. Зміна у способах функціонування інформації у сучасному світі, інтенсивний розвиток новітніх інформаційно-комунікаційних засобів та стрімкий прогрес суспільства, базованого на знаннях, зумовили зростання попиту користувачів на консолідовані інформаційні ресурси, які можуть забезпечувати ефективний пошук електронних об'єктів у відкритих базах даних та тим самим надавати якісні інформаційні послуги. Важливість інтеграції в єдиному інформаційному просторі об'єктів культурної спадщини людства, що зберігаються у фондах різних соціальних інститутів, зокрема бібліотек, музеїв, архівів, визнано на світовому рівні. Консолідовані електронні інформаційні ресурси формуються з метою забезпечення доступу широкого кола користувачів, збереження культурного надбання людства, формування єдиного якісного інформаційного середовища.

Короткий огляд публікацій. Ідеї об'єднання бібліотек, музеїв, архівів далеко не нові, а швидше є поверненням до витоків їх функціонування, оскільки сучасні інформаційні портали, беручи активну участь в створенні і розповсюдженні електронних документів, повертаються до стародавньої та середньовічної моделі бібліотеки як місця і виробництва, і збереження інформаційних ресурсів. Обґрунтування концептуальних засад системної взаємодії бібліотек, музеїв та архівів висвітлено у працях ряду зарубіжних вчених: У. Дафф [5], П. Марті [10], Т. Кіргхофф [1], А.Таммаро [11], М. Леві [8], Н. Аллен [1] та Х. Гібсон [6] та інших. Необхідність посилення системної взаємодії бібліотек, музеїв, архівів задекларована як перспектива їх розвитку в сучасній системі соціальних комунікацій в дисертаційному дослідженні українського вченого С. Шемаєва [13]. Питанням співпраці вказаних установ присвячено ряд Міжнародних конференцій, найрезультативнішими з яких можна назвати наступні: "Конвергенція архівів, бібліотек, музеїв" (Париж, 2000 р., організатор European Library Automation Group); «Бібліотеки, архіви, музеї: три складові, один великий проект» (2005 р., організатор The Research Library Group); «Бібліотеки, архіви та музеї в XXI-му столітті: спільні місії, об'єднання у майбутньому» (2006 р., організатор Rare Books and Manuscripts Section), «Зближення архівів, бібліотек і музеїв» (Делі, 2011 р., організатор IFLA), «Теорія і дослідження збіжності професійної ідентичності в установах культурної спадщини (бібліотеках, музеях та архівах) за межами технології» (Турин, 2014 р., організатор IFLA).

На рівні окремих країн об'єднанням інформаційних ресурсів у різний час займалися спеціально створені урядові установи: у Британії - Рада музеїв, бібліотек і архівів (MLA - Museums, Libraries and Archives Council), функції якої в 2012 році були передані Раді мистецтв та національних архівів (Arts Council and The National Archives); в Італії у 2011 р. започатковано ініціативу Італійської бібліотечної асоціації (AIB), Італійської асоціації національних архівів (ANAI) та Міжнародної ради музеїв (ICOM Italia) під назвою «Музеї, архіви, бібліотеки» (MAB - Musei, Archivi, Biblioteche); у США тривала співпраця Американської бібліотечної асоціації (ALA - American Library Association) та Товариства американських архівістів (SAA - Society of American Archivists) у 2003 р. була розширена за рахунок долучення Американської асоціації музеїв (AAM - American Association of Museums); під егідою IFLA в 2009 році було створено робочу групу, яка отримала назву LAMMS (Libraries, Archives, Museums, Monuments & Sites).

Проведений аналіз виявив, що в проблематиці інтеграції інформаційних ресурсів інститутів історичної пам'яті найбільше уваги приділено причинам та перевагам такої співпраці, вивченню її історії, окресленню ролі та функцій цих установ, обґрунтуванню шляхів подолання істотних відмінностей щодо ставлення співробітників цих установ до оцифрування колекцій (створення цифрових копій оригіналів). Разом з тим, недостатньо глибоко висвітлені методологічні засади об'єднання такої різнорідної та полідокументної інформації.

Існує чимало реалізованих проектів державного та регіонального значення, що забезпечують віртуальну інтеграцію інформаційних ресурсів із багатьох джерел, проте кожен з них має свою специфіку. У них є як спільні, так і відмінні риси у способах надання доступу до інформації, використанні стандартів опису метаданих електронних колекцій, формуванні користувацького інтерфейсу тощо. Приведемо короткий огляд найуспішніших з них.

Європейська цифрова бібліотека Europeana [4] є агрегатором цифрового контенту багатьох національних європейських проектів, створена з ініціативи Європейської комісії, надає доступ до понад 53 млн. наймену-

 ©N. E. Kunanec, H. I. Lypak, O. M. Duda 2017

вань матеріалів англійською, французькою, німецькою, іспанською та іншими мовами з фондів музеїв, архівів, бібліотек та інших закладів культури Європи. У бібліотеці представлені цифрові копії книг, газет, рукописів, відео- та аудіоматеріалів, карт, фотографій і картин, створених за останні 2000 років, що відображають різні аспекти культури Європи. Німецький портал BAM (Bibliotheken, Archives, Museums) [2] розпочав роботу в 2001 році і позиціонував себе як єдину точку доступу до історико-культурної спадщини Німеччини. Перевагою порталу було представлення метаданих усіх об'єктів, із зазначенням формату зберігання та наявності електронної копії. З червня 2015 року портал припинив самостійне функціонування і увійшов у портал Deutsche Digitale Bibliothek (DDB) [3]. DDB (Німецька електронна бібліотека) - національний портал культури і науки, що фінансується за державні кошти, має на меті поєднати електронні ресурси німецьких культурних і наукових установ та зробити відомості про них доступними для громадськості. Портал має зручний інтерфейс і надає користувачам широкі можливості для пошуку необхідної інформації. Німецька електронна бібліотека консолідує національні інформаційні ресурси для європейської бібліотеки Europeana. Національний проект «Литовська культурна спадщина в цифровому середовищі» [9] започаткований Литовською національною бібліотекою ім. Мартінаса Мажвідаса, Литовським музеєм мистецтв та Архівним департаментом Литви під керівництвом Уряду Литовської Республіки і має на меті сформувати критерії відбору об'єктів спадщини для оцифрування та перелік об'єктів колекцій для оцифрування, забезпечити безперервність оцифрування об'єктів культурної спадщини, створюючи центри оцифрування в установах пам'яті та ефективний доступ до оцифрованих об'єктів. World Digital Library (Світова електронна бібліотека) [12] розробляється Бібліотекою Конгресу (США) і ЮНЕСКО, надає доступ до оцифрованих версій матеріалів з історії та культури різних країн. На даний момент в колекції представлено більше 10000 об'єктів світової культурної спадщини англійською, німецькою, іспанською, французькою, китайською, арабською та іншими мовами світу (манускрипти, рідкісні книги, карти, ноти, аудіозаписи, відеозаписи, фотографії, зображення і т.п). Світова цифрова бібліотека – це інноваційний проект, основна увага в ньому спрямовується не на кількість документів, а на відповідність метаданих уніфікованим стандартам їх подання, які визначено на початковому етапі проекту.

Практично відсутні дослідження, результати яких підтверджували б необхідність розробки та впровадження подібних консолідованих ресурсів в рамках формування соціокомунікаційного середовища окремих міст. Прагнення до глобалізації часто нівелює регіональне значення установ культурної та історичної пам'яті, а саме вони відіграють важливу роль соціальної пам'яті міської громади, уособлюють її культурну та інтелектуальну спадщину.

Метою даного дослідження є консолідація інформаційних ресурсів соціокомунікаційного середовища невеликого за масштабами міста. Втілення такого дослідницького проекту передбачає вирішення наступних проміжних завдань:

– сформувати методологічні засади формування комплексу інформаційних технологій для створення системи інформаційного забезпечення міської спільноти та відвідувачів міста;

– побудувати комплекс моделей процесів формування та розвитку соціокомунікаційного середовища міста;

– розробити нові підходи поєднання традиційних та інноваційних технологій в процесах якісного, ефективного та комфортного інформаційного забезпечення міської спільноти та підвищення туристичної привабливості міста;

– створити консолідований інформаційний ресурс з метою популяризації потенційних туристичних маршрутів та історичних пам'яток регіону.

Матеріали та методи. Проведено комплексний аналіз існуючих світових тенденцій щодо консолідації інформаційних ресурсів бібліотек, архівів, музеїв та здійснена їх аплікація на соціокомунікаційне середовище сучасного міста, оскільки, як свідчить зарубіжний досвід, розвиток міського середовища стає усе більш залежним від наявності і якості «м'якого домену», тобто якості знань, культурно-соціальної інфраструктури, всього того, що називають інтелектуальним і соціальним капіталом. Дане дослідження спрямоване на виявлення можливостей формування соціокомунікаційного середовища міста майбутнього («розумного міста»), заснованого на консолідації інформаційних ресурсів місцевих установ пам'яті (бібліотек, архівів, музеїв). При цьому враховується унікальність соціокомунікаційного середовища кожного окремого міста. Досі подібні проекти розроблялися в глобальному контексті, мали на меті розширення доступу до колекцій необмеженого числа користувачів і не враховували місцевого історично-ментального контексту об'єднуваних ресурсів**.**

Результати та їх обговорення. Моделювання процесів розвитку міста є однією з важливих складових побудови сучасних соціокомунікаційних середовищ, систем державного управління та місцевого самоврядування в умовах активного формування демократичного суспільства, базованого на знаннях, наявності інформаційних потреб соціуму краєзнавчо-історичного характеру та потреб розвитку туристичної привабливості міста.

Розроблення методологічних підходів та інформаційних технологій дозволять сформувати макет соціокомунікаційної компоненти міста, основу якого складатиме консолідований інформаційний ресурс інформаційних установ (бібліотек, архівів, музеїв, місцевих ЗМІ та влади).

Першим етапом формування соціокомунікаційної складової «розумного міста» є системний аналіз ситуації та відомих інформаційно-технологічних напрацювань у цій предметній області.

На другому етапі розробляються методологічні підходи та інформаційні технології, що дозволяють формувати макети соціокомунікаційного середовища різних за масштабами та профілями міст.

Третій етап передбачає створення інформаційно-технологічного прототипу соціокомунікаційної компоненти «Розумного міста», розроблення нових та удосконалення існуючих методів та засобів моделювання соціокомунікаційних платформ

На четвертому етапі планується створення функціонального макету соціополісу в умовах інформаційного суспільства.

В якості консолідованого інформаційного ресурсу соціокомунікаційного середовища невеликого за масштабами міста доцільно використовувати веб-ресурс та розробити проектно-технічну документацію для його реалізації.

В процесі розроблення проектно-технічної документації консолідованого інформаційного ресурсу соціокомунікаційного середовища невеликого за масштабами міста розроблено сценарій використання для неавторизованого користувача, наведений на рис.1.

На першому кроці користувач на головній сторінці порталу, на якому розташований ресурс, може здійснити вибір мови інтерфейсу. Для цього він має можливість скористатись меню, яке, в свою чергу, дозволяє за допомогою форми зворотного зв'язку надіслати адміністратору ресурсу e-mail повідомлення. Меню надає можливість вибору типу установи (музей, бібліотека, архів, ЗМІ, Е-урядування). Вибравши тип установи, неавторизований користувач може скористатись списком представлених в системі категорій установ. Така опція доцільна для можливості додаткового тематичного групування представлених за допомогою інформаційного ресурсу установ.

Рис.1. Сценарій використання консолідованого інформаційного ресурсу для неавторизованого користувача

Вибравши категорію та установу, користувач отримує доступ до типів одиниць контенту, характерних для неї. Наприклад, для музеїв це можуть бути світлини, аудіозаписи і т.п. Після вибору типу одиниці контенту можна здійснити навігацію по категоріях одиниць контенту. Оскільки наперед невідома класифікація та структура інформаційних сутностей, то структуру категорій доцільно реалізувати у вигляді деревовидних структур без обмеження кількості рівнів вкладення. Здійснивши вибір категорії, користувач може, вибравши окрему одиницю контенту, переглянути інформацію та коментарі, залишені іншими користувачами.

На головній сторінці порталу з консолідованим інформаційним ресурсом передбачено можливість публікації статей загального характеру (наприклад, новини, події, історичні та пізнавальні публікації тощо). За допомогою меню користувач може отримати доступ до категорій таких статей, переглянути їх загальний список або список статей в категорії. Скориставшись зазначеними списками, неавторизований користувач може вибрати для перегляду окрему статтю. При перегляді тексту статті стають доступні коментарі, залишені іншими користувачами.

Інтерфейс порталу містить наступні сервісні панелі: пошук, реєстрація користувача та список останніх статей. Проаналізувавши описаний сценарій використання, можемо зробити висновок, що доцільно розширити список сервісних панелей, додавши наступні сервісні функції: випадкова установа, нові установи, випадкова одиниця контенту, останні додані одиниці контенту.

Висновки. Основу якісного соціокомунікаційного середовища сучасного міста, яке б відображало його ментальну специфіку, мають скласти, в першу чергу бібліотеки, архіви, музеї, а також місцеві засоби масової інформації та адміністративні портали. На місцевому рівні вони відіграють функціональну роль соціальної пам'яті міської громади, уособлюють її культурну та інтелектуальну спадщину. Світовий досвід розробки та впровадження національних консолідованих ресурсів дозволяє зробити висновки, що створення консолідованого інформаційного ресурсу на рівні кожного окремого міста дозволить підвищити ефективність інформаційного забезпечення міських мешканців та гостей міста, збільшить його туристичну привабливість та сприятиме розвитку суспільства, базованого на знаннях. Для сучасного користувача не має значення походження інформації, він хоче отримати її тут, негайно і якісно, а тому нагальною є потреба розроблення та впровадження єдиних уніфікованих вимог до опису оцифрованих об'єктів та до їх якості (незалежно від походження), використання програмного забезпечення з відкритим кодом для забезпечення сумісності та інтероперабельності даних. Це дасть змогу розробляти та впроваджувати інтерактивні консолідовані інформаційні ресурси з можливістю точного і швидкого пошуку, а отже, і з якісним

інформаційним обслуговуванням користувачів.

Вважаємо за доцільне моделювання та впровадження такого інтегрованого інформаційного ресурсу на рівні кожного окремого міста як складової соціокомунікаційного середовища соціополісу та втілення вимоги якісного інформаційного обслуговування мешканців сучасного «розумного міста».

ЛІТЕРАТУРА

1. Allen N. Collaborative Digitization: Libraries and Museums Working Together / Nancy Allen, Bishoff Liz // Advances in Librarianship. – 2002. – № 26. – P. 43 – 81.
2. BAM, das gemeinsame Portal zu Bibliotheken, Archiven, Museen [E. ресурс]. – Режим доступу: http://www.bam-portal.de.
3. Deutsche digitale bibliothek [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.deutsche-digitale-bibliothek.de
4. Europeana collections [E. ресурс]. – Режим доступу: http://www.europeana.eu.
5. From coexistence to convergence: studying partnerships and collaboration among libraries, archives and museums / W. Duff, J. Carter, J. M. Cherry, Mac Neil. // Information Research. – 2013. – № 18(3) – P. 585.
6. Gibson H. Links between libraries and museums: investigating museum-library collaboration in England and the USA / Hannah Gibson, Anne Morris, Marigold Cleeve // Libri. – 2007. – P. 53-64.
7. Kirchhoff T. Archives, libraries, museums and the spell of ubiquitous knowledge / Thomas Kirchhoff, Werner Schweibenz, Jörn Sieglerschmidt // Archival Science. – 2008. – № 8 (4). – P. 251-266.
8. Levy D. Scrolling forward: Making sense of documents in the digital age [E. ресурс] / David M. Levy // Skyhorse Publishing. – Режим доступу: http://arcadepub.com/titles/9632-9781611459845-scrolling-forward-making-sense-of-documents-in-the-digital-age.
9. Lithuanian Cultural Heritage in the Virtual Environment [E. ресурс]. – Режим доступу: http://www.epaveldas.lt
10. Marty P. An introduction to digital convergence: libraries, archives, and museums in the information age / Paul Marty // Museum Management and Curatorship. – 2009. – №24 (4) . – P. 295-298.
11. Tammaro A. M. Convergenza di Biblioteche, Archivi e Musei_ leiniziative di IFLA./ Anna Maria Tammaro// AIB studi. – 2014. – Vol.54, №1.
12. World Digital Library [E. ресурс]. – Режим доступу: https://www.wdl.org/en .
13. Шемаєв С. О. Взаємодія бібліотек, музеїв, архівів у комунікаційному просторі України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата наук із соц. комунікацій: спец. 27.00.03 «Книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство» / С. О. Шемаєв. – Харків, 2016.– 23 с.

REFERENCES

1. Allen N. Collaborative Digitization: Libraries and Museums Working Together / Nancy Allen, Bishoff Liz // Advances in Librarianship. – 2002. – № 26. – P. 43 – 81.
2. BAM, das gemeinsame Portal zu Bibliotheken, Archiven, Museen [E. resource]. – Retrieved from: http://www.bam-portal.de
3. Deutsche digitale bibliothek [E. resource]. – Retrieved from: http://www.deutsche-digitale-bibliothek.de
4. Europeana collections [E. resource]. – Retrieved from: http://www.europeana.eu.
5. From coexistence to convergence: studying partnerships and collaboration among libraries, archives and museums / W. Duff, J. Carter, J. M. Cherry, Mac Neil. // Information Research. – 2013. – № 18(3) – P. 585.
6. Gibson H. Links between libraries and museums: investigating museum-library collaboration in England and the USA / Hannah Gibson, Anne Morris, Marigold Cleeve // Libri. – 2007. – P. 53-64.
7. Kirchhoff T. Archives, libraries, museums and the spell of ubiquitous knowledge / Thomas Kirchhoff, Werner Schweibenz, Jörn Sieglerschmidt // Archival Science. – 2008. – № 8 (4). – P. 251-266.
8. Levy D. Scrolling forward: Making sense of documents in the digital age [E. resource] / David M. Levy // Skyhorse Publishing. – Retrieved from: http://arcadepub.com/titles/9632-9781611459845-scrolling-forward-making-sense-of-documents-in-the-digital-age.
9. Lithuanian Cultural Heritage in the Virtual Environment [E. resource]. – Retrieved from: http://www.epaveldas.lt
10. Marty P. An introduction to digital convergence: libraries, archives, and museums in the information age / Paul Marty // Museum Management and Curatorship. – 2009. – №24 (4) . – P. 295-298.
11. Tammaro A. M. Convergenza di Biblioteche, Archivi e Musei_ leiniziative di IFLA./ Anna Maria Tammaro// AIB studi. – 2014. – Vol.54, №1.
12. World Digital Library [E. resource]. – Retrieved from: https://www.wdl.org/en .
13. Shemaiev S. O. Collaboration between libraries, museums, archives in communication space of Ukraine. — Manuscript. The dissertation for the getting of scientific degree of candidate of Social Communications on speciality 27.00.03 — Book Science, Library Science, Bibliography. — Kharkiv State Academy of Culture. — Kharkiv, 2016.– 23 p.

A socio-communicative project to create the information resource consolidation of a small city in extent

N. E. Kunanec, H. I. Lypak, O. M. Duda

Abstract. A comprehensive analysis of existing global trends in the information resources consolidation of welfare institutions (libraries, archives, museums) is made and its representation on a socio-communicative environment of "smart cities" is realized; the basic characteristics of the proposed to implementation an innovation socio-communicative project to create a consolidated information resource of smaller cities is emphasized; developed Use Case of unauthorized user of appropriate resources is presented.

***Keywords**: consolidation of information resources, urban socio-communicative environment, "smart city", institutions of social memory.*

Социокоммуникационный проект по созданию консолидированного информационного ресурса небольшого по масштабам города

Н. Э. Кунанец, Г. И. Лыпак, А. М. Дуда

Аннотация. Проведен комплексный анализ существующих мировых тенденций в области консолидации информационных ресурсов учреждений социальной памяти (библиотек, архивов, музеев) и осуществлено их аппликацию на социокоммуникационную среду «умного города»; обозначены базовые характеристики предлагаемого к реализации инновационного социокоммуникационного проекта по созданию консолидированного информационного ресурса небольшого по масштабам города; представлен разработанный сценарий использования для неавторизованного пользователя соответствующего ресурса.

***Ключевые слова:** консолидация информационных ресурсов, социокоммуникационная среда города, «умный город», институты социальной памяти.*

An impact of Situational crisis-communication theory on the efficiency of investigations in the field of crisis communications

A. P. Kyrychok

National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute", Kyiv, Ukraine
Corresponding author. E-mail: akyrychok@ukr.net

Paper received 23.01.17; Accepted for publication 29.01.17.

Abstract. The hybrid warfare with the application of powerful informational component has become the factor that led to a systemic crisis in the Ukrainian informational space. In such situations it is important to find the mechanisms of counteraction against informational aggression and to build our own informational strategy. It is the task assigned to crisis communications and to the Situational crisis-communication theory, being a tool for crisis communications research. The article focuses on application features of Situational crisis-communication theory in the field of crisis communications. The components of this theory and methods of their integration into the national anti-crisis communication practice are examined. The algorithm of interaction of this theory with other related branches in PR is specified and the example of application method of this theory in relation to the informational crisis in Ukrainian informational space is given.

Keywords: *crisis communication, situational crisis communicational theory, approach to investigation, hybrid warfare, informational war.*

Introduction. Nowadays Ukrainian society is going through a period of transformation of almost all important sectors of social life. In addition, today Ukraine is the object of both, direct and informational aggression and actually is in a condition of "hybrid warfare". In this situation, society is in a difficult position because there is rather heavy pressure both, of informational and social matter. An important component of this problem is to develop an effective response to informational aggression in order to improve moral and psychological condition of population. An effective anti-crisis communicational policy is such important component. Since the establishment of effective crisis communications requires a plenty of research elements, Situational crisis-communication theory, which proved to be an effective approach to investigate crisis communications in Western Europe and the US, can assist in the organization of anti-crisis communication strategy.

An analysis of papers written by foreign scientists who have researched the problems of using Situational crisis-ommunication theory in the field of crisis communication has served as t**he scientific basis for our research.**

The objective of this article is to research the main features of Situational crisis-communication theory using on practice.

Basic material presentation. Situational crisis-communication theory (SCCT) was developed by T. Coombs and his colleagues in 1995. The authors suggested the hypothesis that participants of crisis always have a psychological attitude to the crisis (attribution) and this psychological attitude will affect on how concerned parties interact with the organization in crisis [5]. The SCCT is able to highlight people`s perception of crisis, their response to the actions of crisis management and audience response to the organization and its prestige during the crisis. The nature of the crisis situation creates audience perception, in other words its attribution. Using this theory, scientists try to identify different behavioral characteristics of people during the crisis. The SCCT, as the theory, helps to identify the factors, which form the crisis and threats that can be caused by crisis situation [5].

The SCCT offers two evaluation stages of crisis threat. The first stage is the classification of the crisis. The SCCT deals with three types of crises: victim of crisis, accidents, intentional act that led to the crisis. According to the SCCT classifier, all types of crises have different degrees of responsibility. After determining the type of crisis we determine the main type of threat. The second stage is to determine additional factors of threat. Intensifying factors change the attribution of crisis responsibility and raise the level of threat from the crisis.

Strategies for the crisis response in the study of SCCT:

1. Denial: administration states that there is no crisis;
2. Responsibility shifting: administration blames the subject outside the crisis;
3. Prosecutor attack: administration blames somebody outside the organization and tries to shift the responsibility to it;
4. Excuse: administration tries to minimize the crisis responsibility, claiming that they control everything, but at the same time they do not want to cause harm;
5. Argumentation: administartion tries to minimize the damages, caused by crisis;
6. Flattery: administration praises the concerned parties and/or reminds people of previous achievements of the organization;
7. Care: administration takes care of the victims of crisis;
8. Compassion: organization expresses its condolences to the victims of crisis and compensates material damage;
9. Anxiety: administration indicates that it is concerned about the crisis;
10. Apology: administration takes the full responsibility for the crisis and apologizes for the situation that occurred.

There are two additional intensifying factors – crisis history of the organization and previous negative reputation. Crisis history indicates whether the organization faced the crisis before. If such cases took place, it increases the risk of crisis occurence [6]. Previous reputation indicates the character of image, organization had in the past. If the previous reputation of organization was negative, its responsibility for the crisis will be higher [11].

The SCCT investigates not only reputational aspects of crisis communication. There are also other aspects of research, such as the crisis impact and behavioral intentions during the crisis. Scientists have also conducted a number of studies which analyzed the relationship between crisis

 ©|*A. P. Kyrychok 2017*

and anger. [12] Thus, using SCCT, a number of crisis incidents and their ability to generate sympathy, anger and malevolence were considered. The most obvious result was a strong anger during the awareness of a high level of responsibility. Also with this theory the behavioral intentions were studied. [16] Most scientists were interested in the impact of negative statements about the crisis and everything connected with it. Since the negative statements are particularly problematic, they may increase the negative effects of the crisis. For example, messages in the Internet can always remind people of the previous crisis and cause certain feelings; they are also able to raise an upsurge of indignation and cause a new crisis [11]. The idea is that crisis anger increases the possibility of new negative messages and reduces the desire to buy a product or service of the company which is in crisis.

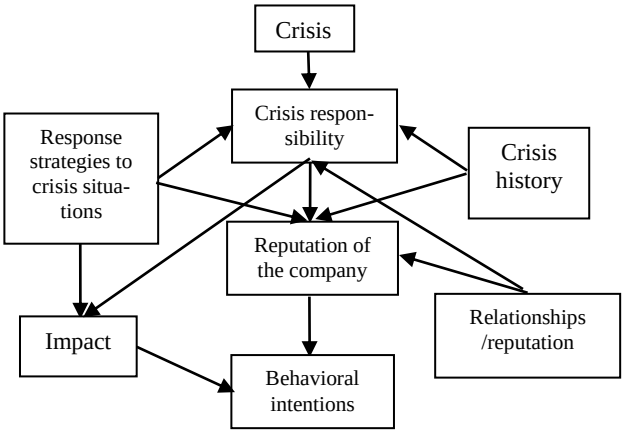


Figure 1.1 The model of theoretical variables of situational crisis communication [4].

In case of negative communication dynamics in respect to the organization, these messages spread faster than positive communication messages.

With the SCCT crisis managers determine the level of threat in order to respond to the crisis most effectively. According to the SCCT each crisis response must begin with the advisory and regulatory information. Advisory information notifies the participants of the crisis process about how to protect them from the crisis. For example, this information is on how to return the defective thing to the store, or on how employees must evacuate during an industrial accident. Regulatory information helps participants of the process to cope with the crisis psychologically. This group includes the expressions of concern or compassion, provision of information about the crisis, as well as any corrective action to prevent the repeat of the crisis. [17] After delivery of advisory and regulatory information, crisis management experts begin to act towards the restoration of reputation. There are three basic strategies of SCCT response: the refutation of facts, the minimization of impact and the recovery of reputation; additionally there is a strategy of reinforcement. Applying a strategy of facts refutation, the organization tries to prove that it does not take responsibility for the crisis. In the strategy of impact minimization they try to reduce the level of company`s responsibility for the crisis and/or to decrease the negative perception of the crisis. The strategy of reputation recovery is very adaptable, with it's assistance they try to improve the perception of organization by means of apologies and financial compensation. The strategy of reinforcement tries to enter the positive information about the organization into informational space. Reinforcement can occur in different ways, they can recall of past achievements, for example. Reinforcement strategy is not effective if it is used as a primary one [7]. The effect from it will be the highest if it is used to support one of the three main strategies. The strategy of reinforcement is also promising when the organization has a positive previous reputation.

The choice of the strategy to respond to the crisis depends on the threat it carries in itself. With the increase of threat, crisis experts should use more adaptive response strategies.

We can deal with the victims of various types of crisis using advisory and regulatory information. At antropogenic crisis, excuses or apologies via regulatory information can be used. At the expected or antropogenic crisis, apologies and damage compensation are added to the advisory and regulatory information. [9]. Today, some studies confirm the compliance of strategy of crisis response with the crisis threat.

It should be pointed out, that SCCT is still being developed as a theory. As the scientist from Boston College of Communications A. Schwarz [17] noted, there are other aspects that can be introduced into this theory.

As to the theory of unforeseen circumstances *(Contingency theory)*, it is quite extensive, and examines the way the organization must adapt and protect itself in a crisis or conflict situation [2]. H. Cameron made the most significant contribution into this theory. Contingency theory seeks to explain how the public relations function as a whole. More specifically, it helps us to understand what controls the decisions, taken by the organization in connection to the the objectives, regulation, ethics, PR-promotion and other aspects, at the political level [1].

The recommendations of SCCT to respond to the crisis.

1. All the victims or potential victims should receive advisory information;
2. the sympathy should be expressed and any information on actions of injury treatment and relief of the crisis consequences should be provided to all victims;
3. during the crisis with minimum responsibility advisory information will be enough;
4. during the crisis with minimum responsibility, but with additional reinforcing factors regulatory information is added to advisory information, such as apology, for example;
5. during the crisis with a low level of responsibility, but without additional reinforcing factors, advisory information is used;
6. during the crisis with a low level of responsibility and with reinforcing factors regulatory information in the form of financial compensation is added to advisory information;
7. during the crisis with a high level of responsibility for the crisis the strategy of excuse is used in addition to advisory information and regulatory information in the form of compensation and apologies;
8. compensation strategy can be applied at any time when required by the situation;
9. the strategy of organization reminder and compli-

ments from the organization as gifts can be used as a supplement to any response;

10. denial and attack are the most effective in protection from gossips.

The Contingency theory has been adapted for the development of researches in the field of crisis communications. The position of organization is a key variable in the theory of circumstances. The position of the organization is the way it responds to competition and conflict with other parties. The ability to adapt and to defend is the main factor here. Defense is the organization`s ability to protect its own interests, while adaptability is the ability of organization to adapt to changes in the external and internal environment. The position of the organization should be changed, depending on the nature of the situation. In some situations, the organization must be adaptive; in others it must use protection [2].

Contingency theory is based on more than 80 variables that help to predict the position to be used in a given situation. Favorable variables form the initial positive reaction to the situation and form an open position as to the particular event. They also include organizational and PR-characteristics and individual features of the organization which affect the situation as a whole. [3] Situational factors, if strong enough, can change the position of the organization. These situational factors can be divided into five external factors and seven internal factors [3]. The complexity of Contingency theory lies in the attemp to understand the relationship between these variables. Here are internal and external factors of Contingency theory. Internal variables are: characteristics of the organization; characteristics of PR-department; management characteristics; individual characteristics; characteristics of relations. External variables are: threats to the organization; the internal environment in the organization; general social, political, economic, cultural environment.

Contingency theory is actively applied in the study of crisis communication [15]. This theory, in its methodological range, overlaps with the theory of recovery and the SCCT. All of them consider the adaptability of organization as the base criteria. But at the same time, Contingency theory considers threats differently than SCCT. It uses the model of threat evaluation, analyzes the threat type and its duration in order to determine its level. Type of threat does not depend on whether the crisis is internal or external, as well as on the duration of the crisis, whether it is short, medium or long term. Scientists from the University of California Yu Jin and G. Cameron [14] found that internal, long-term threat is the most dangerous and in this case the organization must adapt to crisis the most actively.

Threat evaluation also includes the analysis of the emotional component in the communication process in crisis. Resembling the SCCT, Contingency theory offers a number of additional variables, which are to be considered defining the most appropriate response to the crisis. [13]

Contingency theory offers a useful integrating framework with its own set of variables. However, SCCT, as the theory of medium-term planning, is also equally effective for the interpretation of studies involving, for example, the influence of the audience on crisis communication. To be precise, the SCCT can be used for processing of data, defined by Contingency theory in the context of crisis communication research. Interestingly, the variables of Contingency theory will vary depending on their application. The SCCT helps to investigate more conceptual aspects – effective for practical use and for determination of variables in crisis communication.

The Contingency theory widely uses two aspects: positioning and threat. Positioning in Contingency theory is based on the conflict, but at the same time, it should be noted, that not all of them are derived from the conflict. For the crises arising from the conflict, positioning provides a corresponding set of communicational options, while the crisis response strategies will be more effective if the conflict is not a major factor in the crisis.

Although the Contingency theory and the SCCT are aimed to assist in crisis preventing and neutralizing, they are different in nature. Using the Contingency theory, researchers found that external threats create more situational requirements than internal crisis, while SCCT determines that the internal crisis can be more dangerous than external. [14] The difference lies in the nature of the threat and the type of crisis. The Contingency theory considers the threat in terms of situational analysis, while SCCT focuses on the reputation thread that comes from crisis. For the study, researchers from the University of California, Yu Jin and G.Cameron used the demonstrations of activists as foreign threat and rumors inside the organization as an internal threat. The results showed that according to SCCT rumors are easier to accept than to use to solve the problem.

The theory of dispute resolution is the most dominant among theoretical approaches to the study of crisis communications. Generally, problem solution refers to any matter, including crisis communications, which may influence the image of the organization. In this case, monitoring and analysis of trends among key public opinions, which may affect state policy and regulatory or legal limitations, are often used [18].

Rhetorical approach is also considered to be the most widely used among theoretical approaches to the study of crisis communications. It is usually used to analyze the messages on crisis management to identify the peculiarities of communication strategy of the company. Rhetorical approach largely originates from the theory of apology, which helps to explore the most effective defensive communication and rhetorical techniques [18]. The linguistic style of statements and the rhetoric of messages of organization are the main object of analysis. Some scientists have created a certain classification of strategies to respond to the crisis. For example, the theory of recovery of W. Benoit contains following communicative classification of responds: avoidance of responsibility, decrease of public anger, actions of strategy regulation and staff calm. [10]

T. Coombs and S.Holladey [8] offered a system of categories and types of crisis for SCCT. According to SCCT, some types of crisis will generate some attributions as to the responsibility during the crisis. Since the attributions of crisis responsibility are growing, crisis experts should use strategies that will reduce the level of responsibility for the crisis. Basically, SCCT is grounded on attribution theory in social psychology, which provides important conceptual principles (stability and controllability of at-

tribution) of investigation in order to verify the cause-and-effect relationship of some phenomena in the process of communication during the crisis.

Conclusion. Crisis communication is quite specific knowledge branch in the field of public relations and social communications. Its particular nature is that all communication events are forced and decisions on tactical actions should be taken much more quickly than usual. Situational crisis-communication theory is designated to assist in resolving complex contradictions in crisis resolution. This theory is most appropriate in terms of technology study of the phenomenon of communicative crisis. In our opinion, SCCT is the most effective approach to the solution of the crisis issues namely in Ukrainian version. Given the fact that hybrid warfare includes both, system informational war and matters of informational aggravation, exactly the SCCT will be the most effective. It makes it possible to determine the risk level and ways to overcome the crisis, including tactical operations.

REFERENSES

1. Botan, C. (2006). Grand strategy, strategy, and tactics in public relations. In C. Botan &V. Hazleton (Eds.), Public Relation Theory II (pp. 223 –248). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
2. Cameron, G. T., Pang. A., & Jin, Y. (2008). Contingency theory. In T. L. Hansen-Horn & B. D. Neff (Eds.), Public relations: From theory to practice (134–157). New York: Pearson.
3. Cancel, A. E., Cameron, G. T., Sallot, L. M., & Motrook, M. A. (1997). It depends: A contingency theory of accommodation in public relations. Journal of Public Relations Research, 9 : 31– 63.
4. Coombs T. W. The handbook of crisis communication / T. W. Coombs, S. J. Holladay. – United Kingdom: A John Wiley & Sons, 2010. – 767 c.
5. Coombs, W. T. (1995). Choosing the right words: The development of guidelines for the selection of the "appropriate" crisis response strategies. Management Communication Quarterly, 8 : 447– 476.
6. Coombs, W. T. (2004b). Impact of past crises on current crisis communications: Insights from situational crisis communication theory. Journal of Business Communication, 41: 265 – 289.
7. Coombs, W. T. (2006). The protective powers of crisis response strategies: Managing reputational assets during a crisis. Journal of Promotion Management, 12: 241– 260.
8. Coombs, W. T. (2007a). Attribution theory as a guide for post-crisis communication research. Public Relations Review, 33: 135 –139.
9. Coombs, W. T. (2007b). Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding (2nd edn.). Los Angeles: Sage.
10. Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2005). Exploratory study of stakeholder emotions: Affect and crisis. In N. M. Ashkanasy, W. J. Zerbe, & C. E. J. Hartel (Eds.), Research on emotion in organizations, Volume 1: The effect of affect in organizational settings (pp. 271– 288). New York: Elsevier.
11. Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2007). The negative communication dynamic: Exploring the impact of stakeholder affect on behavioral intentions. Journal of Com- munication Management, 11: 300 – 312.
12. Härtel, C., McColl-Kennedy, J. R., & McDonald, L. (1998). Incorporating attribution theory and the theory of reasoned action within an affective events theory framework to produce a contingency predictive model of consumer reactions to organizational mishaps. Advances in Consumer Research, 25: 428– 432.
13. Holtzhausen, D. R., & Roberts, G. F. (2009). An investigation into the role of image repair theory in strategic conflict management. Journal of Public Relations Research, 21.
14. Jin, Y., & Cameron, G. T. (2007). The effects of threat type and duration on public rela- tions practitioners' cognitive, affective, and conative responses to crisis situations. Journal of Public Relations Research, 19: 255 –281.
15. Jin, Y., Pang, A., & Cameron, G. T. (2007). Integrated crisis mapping: Towards a public- based, emotion-driven conceptualization in crisis communication. Sphera Publica, 7: 81– 96.
16. Jorgensen, B. K. (1996). Components of consumer reaction to company-related mishaps: A structural equation model approach. Advances in Consumer Research, 23: 346 –351.
17. Schwarz, A. (2008). Covariation-based causal attributions during organizational crises: Suggestions for extending situational crisis communication theory. International Journal of Strategic Communication, 2: 31– 53.
18. Seeger, M. W., Sellnow, T. L., & Ulmer, R. R. (2001). Public relations and crisis communication: Organizing and chaos. In R. L. Heath (Ed.), Handbook of public relations (pp. 155–166). Thousand Oaks, CA: Sage.

Українська партійна преса кін. XIX – поч. XX ст. та сучасна – аспект становлення національної самоідентифікації українців

О. Г. Макарчук

Національний університет «Львівська політехніка», Інститут права та психології,
кафедра журналістики та засобів масової комунікації
Corresponding author. E-mail: olena.makarchuk@gmail.com

Paper received 28.02.17; Accepted for publication 05.02.17.

Анотація: Здійснена спроба порівняльного аналізу партійної преси України кінця XIX – поч. XX ст. та сучасної (поч. XXI ст.) в контексті формування та подальшого становлення національної самоідентифікації української політичної нації

***Ключові слова**: політичні партії, партійна преса, національна ідея*

Вступ. Партійна преса входить у систему заходів агітації та пропаганди, що здійснюються політичними партіями з метою забезпечення зворотного зв'язку у питаннях формування й розвитку партійної програми і стратегії.

Завоювати увагу і довіру виборців неможливо без створення привабливого образу партії, її лідера та програми. З іншого боку, потрібно максимально врахувати суспільні настрої, гострі больові точки громадської уваги. Лише за умови поєднання цих, часто суперечливих, дискурсів можливо розраховувати на успіх у виборчих перегонах та реалізації програмних установок політичної сили.

Короткий огляд публікацій по темі: Питаннями розвитку української партійної преси та відображення в ній політичних, економічних, соціальних, освітніх та інших суспільних процесів у вітчизняній науковій думці займалися такі відомі науковці, як А. П. Животко, І. В. Крупський, С. А. Кость, О. І. Дей, І. Л. Моторнюк, М. Ф. Нечиталюк та ін. [1].

Мета: Відстежити роль партійної преси як провідника ідеології та комунікативний канал, що дозволяє певним політичним силам формулювати та пропонувати масам прийнятну для цих політичних сил національну стратегію на певних історичних етапах розвитку держави та нації.

Матеріали та методи: Джерельною базою наукової розвідки стала українська партійна преса двох історичних періодів: 1. кінця XIX – поч. XX ст. та 2. початку XXI ст. Використано емпіричний, порівняльний та ідеографічний методи дослідження.

Результати та їх обговорення. Перші партійні видання в Україні з'явилися у кінці XIX ст., практично одночасно з появою першої легальної західноукраїнської політичної партії європейського типу – Руську-Української радикальної партії. 1 січня 1890 р. розпочав свою майже 6-річну історію журнал «Народ». Заснована (офіційно) 4 жовтня того ж року радикальна політична сила РУРП у 20 номері «Народу» опублікувала свою програму і публічно оголосила «Народ» своїм партійним органом. З самого початку створення «Народ» набирав рис теоретичного органу, що призначався для інтеліґенції та прогресивної молоді, органу, що мав «класти на серце нашій інтеліґенції долю наших робітних людей (…) і вести їх в певнім безспорнім напрямку» [2]. На дещо іншу за соціальною ознакою аудиторію було спрямоване інше радикальне видання – газета «Хлібороб» (1891 – 1895 рр.). Це видання було орієнтоване передусім на селян та найманих робітників, тому його мова була зумисне простою, розрахованою для не підготовленого, малоінтелігентного читача.

Інші радикальні видання – «Радикал» (1895 – 1896 рр.), «Громадський Голос» (1895 – 1939 рр.). «Новий Громадський Голос» (1904 – 1905 рр.), подібно до попередників здійснювали формулювання та розвиток української національної ідеї.

В перший період своєї діяльності (австрійський) РУРП та її друковані органи найближчими програмними завданнями ставили боротьбу за національно-територіальну автономію в складі Австро-Угорщини.

Подібними до програми РУРП стали завдання утвореної у 1899 р. Української соціал-демократичної партії (УСДП). Її партійні органи «Воля» (1900 – 1907 рр.), часопис для сільського робочого люду «Земля і Воля» (1906 – 1910 рр.), «Робітник» (1910 р.) та інші чітко окреслили першочергові завдання для українського «працюючого клясу»: «Фабрики і земля, всі средства господарки мають стати власностию загалу працюючих людей» [3].

У партійних виданнях «Свобода» (1897 – 1914 рр.), «Вольне слово» (1904 – 1905 рр.) та ін., створена у 1899 р. Українська національно-демократична партія (УНДП) ставила за мету національно-територіальну автономію українських земель у складі Австро-Угорської імперії, з власним сеймом і адміністрацією. Програма УНДП містила вимоги демократизації політичного життя в Австро-Угорщині шляхом використання легальних парламентських засобів; політичного та економічного рівноправ'я українського і польського населення в Галичині; запровадження прогресивного податку на прибутки громадян, незалежно від їх національної чи станової належності, захист інтересів селян (викуп великих земельних володінь і наділення безпосередньо зайнятих у сільському осіб господарстві землею).

Згодом всі три західноукраїнські політичні партії (РУРП, УНДП, УСДП) формулюють у своїх програмах (опублікованих на сторінках партійних органів) кінцеву мету здобуття культурної, економічної і зрештою й політичної самостійності українського народу.

Так, РУРП здійснення своїх ідеалів убачала «лише при *повній самостійності політичній* (виділення наше. – О.М.) русько-українського народу». Метою УНДП, вказувалось у відозві її керівного органу – Народного комітету від 5 січня 1900 р. – є «незалежна Русь –Україна, в якій би всі частини нашої нації

 ©O. H. Makarchuk 2017

з'єдналися в одну новочасну культурну державу». УСДП в програмній статті партійного органу «Воля» заявила: «Наша ціль: є вільна держава українського люду – Українська республіка» [4, с. 172].

Сучасна українська партійна преса не стала основним джерелом поширення партійних ідей. Цьому є об'єктивне пояснення, позаяк набагато більшого поширення набули мультимедійні канали передачі інформації.

Разом з тим можна говорити про «сплески» передвиборчої активності друкованих партійних видань, що мають, як правило, чітко задану тематику та прив'язану до виборів періодизацію виходу. Це свідчить про агітаційний, т. зв «листівковий», характер сучасних друкованих партійних видань, орієнтовану передусім на передвиборчий період.

Звісно, на поч. XXI ст. стратегічні завдання і тактичні цілі, що стоять перед політичними партіями та їхніми пресовими органами, відрізняються від умов кін. XIX – поч. XX ст. Україна виборола незалежність у визнаних міжнародною спільнотою кордонах, то ж на порядок денний встали подальші питання.

Радикальні цінності новітнього часу уособлює заснована 18 серпня 2010 р. Українська Радикально-Демократична (з серпня 2011 р. – Радикальна) партія О. Ляшка. Метою діяльності вона визначила сприяння формуванню і вираженню політичної волі громадян, участь у виробленні й реалізації державної політики, сприяння побудові в Україні демократичної правової держави з ефективною, соціально-орієнтованою ринковою економікою, утвердження принципів відкритого громадянського суспільства на засадах свободи і парламентської демократії.

Радикальна Партія О. Ляшка несподівано стала одним з фаворитів виборчої кампанії на парламентських виборах 2014 р., отримавши 7,44% (1 173 131 голосів) громадян України. Друкованими органами партії первісно були інформаційний бюлетень «Радикальна Правда» та газета «Боротьба». З літа 2015 р. «як послідовники ідей УРП (РУРП. – О. М.) Радикальна Партія О. Ляшка відновлює друк газети «Радикал» [5, с.4].

В першому номері новітнього «Радикалу» проводиться аналіз попередніх виборчих кампаній, викладена програма дій на місцеві вибори. Звісно, прямі аналогії з «Радикалом» XIX ст. відшукати неможливо (різні соціально-політичні, економічні умови), але загальна лінія, треба визнати, тогочасних та нинішніх радикалів багато в чому збігається.

РПЛ, подібно до своїх історичних попередників, відкидає співробітництво з угодовськими чи відверто антидемократичними силами, розраховуючи на виключну привабливість власних, не запозичених у політичних конкурентів ідей у виборця. Подібними є й політичні лозунги РУРП та РПЛ, партійна риторика.

Зокрема, якщо наприкінця XIX ст. ставилося завдання «розбудити в народі інтерес і змаганє познакомитися з цілим законодавчим апаратом, зі способом єго функционування» **[**6, с. 4], то сьогодні йдеться про започатковані РПЛ тренінги для кандидатів у депутати до місцевих рад з метою планування виборчої кампанії, обговорення закону про вибори і виборчу стратегію [5, с. 3].

Втім, існують й постійно актуальні питання – зокрема, про землю, яке активно обговорювалося як тоді, так і сьогодні. Зокрема, на сторінках першого номеру «Радикалу» 1895 р. одним з головних завдань оголошувалося проведення «реформи, котра з коренем би змінила економічне положенє мужика. Тою реформою буде націоналізація землі і рільної продукції» [6]. Газета Радикальної партії новочасна також заявляє, що «українська земля є безцінною» і « радикальна партія не допустить зняття мораторію на продаж сільськогосподарських земель» [5, с. 3].

На початку XXI ст. в Україні, поруч з іншими політичними силами, орієнтованими на нібито «загальнолюдські», притаманні усім часам і народам «цінності» (в діапазоні від буржуазного лібералізму до правового екстремізму), з'явилася й партія національно-ліберального проукраїнського спрямування – «Громадянська позиція».

Програма цієї партії спрямована на досягнення амбітної мети – становлення України як потужної європейської держави, регіонального лідера у політичній, економічній, соціальній і культурній сферах. В її друкованому органі «Громадянська позиція» активно дискутуються питання вітчизняної економіки та кадрового забезпечення державного апарату, зміни системи оподаткування тощо. «Державна машина повинна працювати як годинник», – заявив на сторінках партійного видання лідер партії Анатолій Гриценко [7]. З одного боку, партія, принаймні декларативно, відмовляється від «прогинання» під ту чи іншу зовнішньополітичну силу. З іншого, українська ідентичність не протиставляється іншим народам світу; вузьконаціональні та радикально-націоналістичні цінності відкидаються за умовчанням.

Правоцентристською силою позиціонує себе утворена у вересні 2014 р. партія «Укроп» (Українське об'єднання патріотів). Програма партії заявляє про амбітні національні цілі: «Сильна, незалежна, справедлива й успішна Українська держава, що діє від імені народу і в інтересах народу. Гідність кожної людини і рівність всіх громадян перед законом» [10].

Загальнополітичне видання «Укроп» не лише ознайомлює читачів з питаннями внутрішньопартійного життя (проведення з'їздів партії, прийняття оновленого статуту, обговорення пріоритетних напрямків діяльності партії та її стратегію на майбутнє тощо» [8, с. 1]. Разом з тим партія на сторінках видання керівництво «Укропу» наполягає на «європейському виборі України, за справжню демократію, коли люди можуть контролювати владу, за децентралізацію та стимулювання економічного зростання регіонів» [8, с. 2].

Назва та ідеологія партії «Об'єднання Самопоміч» (ОС), зареєстрованої у грудні 2012 р., запозичена від кредитних кооперативів, які з'явилися в Галичині на початку XX ст. У ті часи українці (як представники недержавної нації) об'єднувалися у спілки, аби спільно вести господарство, боротися з владними заборонами та антиукраїнською самодіяльністю можновладців австрійського та польського походження. Партійне гасло «Самопомочі» « В єдності – сила» на першій сторінці однойменного партійного видання.

Рубрики газети ОС «Новини з парламенту», «Звіти», «Регіональні осередки», «Звіти» висвітлюють

роботу однойменної фракції у парламенті, пропонують ініціативи, які «здатні вирішувати реальні проблеми простих людей, підготовку відповідних законів,гуртуванні незалежних фахівців» [9, с.1]. Лідер партії Андрій Садовий підкреслено заявив, що «Самопоміч» має своє чітке бачення розвитку завтрашнього дня. Неможливо збудувати успішну країну, не збудувавши успішну ідеологічну партію. Це робота на роки, на десятиліття» [9, с. 3].

Висновки. За усієї різноманітності партійної преси України від часів її виникнення наприкінці XIX ст. і по сьогодні завжди виділяється сегмент політичних сил, орієнтованих на захист передусім державних інтересів українців (у розумінні політичної нації), але таких, що водночас відкидають ідею расової чи національної величі українців, їх багато у чому уявного домінування над іншими народами – поляками, росіянами, євреями тощо. На нашу думку, саме за цими політичними силами майбутнє. Їхня політична преса виступає активним засобом формування політичного світогляду українця завтрашньої доби – майбутнього рівноправного члена європейської сім'ї народів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Животко А.П. Історія української преси — Київ: Наша культура і наука, 1999. — 368 с., Історія української дожовтневої журналістики / [Дей О.І., Моторнюк І.Л., Нечиталюк М.Ф. та ін.]; під ред. Й.Т. Цьоха. – Львів: Вища школа, 1983. – 511 с.; Кость С.А. Історія української журналістики (західноукраїнська преса першої половини XX ст.: структура, проблематика. Книга перша). – Л: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. — 264 с.
2. Народ . – 1891, Рік II. – Ч. 6, 15 марта. – с. 96
3. Воля. Орган української соціяльної демократії (Львів). – 1900, Рік I. – 1 січня, ч.1. – С.1.
4. Історія України/ За ред. В. А. Смолія. - Київ: Альтернативи, 1997. - 416 с.
5. Радикал – 2015, Рік 1. – серпень
6. Радикал. – 1895, Рік 1. – 5 жовтня. , с. 4
7. Громадянська позиція – 2016, Рік 1. – жовтень. С.1
8. Укроп. Загальнополітичне видання. - №4,2016, жовтень, с.1]
9. Об'єднання Самопоміч. – 09 грудня 2016 року, № 17
10. http://ukrop.com.ua/uk/about/program.

REFERENCES

1. Zhyvotko AP History Ukrainian press - Kyiv: Our Culture and Science, 1999. - 368 p., Prerevolutionary history of Ukrainian journalism / [OI Day, Motornyuk IL, Nechytalyuk MF etc.]; ed. Y.T. Tsoha. - Lviv: High School, 1983. - 511 p. Bone SA History of Ukrainian journalism (Western press first half of XX century .: structure perspective. The book first). – Lviv: Publishing center of Ivan Franko Lviv National University, 2008. - 264 p.
2 People. - 1891, Year II. - Ch 6, 15 March. - P. 96
3. Will. Body Ukrainian social democracy (Lviv). – 1900, Year I - January 1, Part 1. - P.1.
4. History of Ukraine / Ed. V.A. Smoliya. - Kyiv: Alternatives, 1997. - 416 p.
5. Radical - 2015, Year 1 – August
6. Radical. - 1895, Year 1 - 5 October. , P. 4
7. Hromadyanska position - 2016, Year 1 - October.- P.1
8. Ukrop. General edition. №4,2016, October, p.1
9. Self Association. - December 9, 2016, № 17
10. http://ukrop.com.ua/uk/about/program.

Ukrainian party press of late XIX – early XXcenturies and modern press one an aspect of formation of Ukrainian national identity

O. H. Makarchuk

Abstract. Throughout the formation of the Ukrainian political nation the party media and other media resources have been an important aspect of the formation and further development of the national idea. The current political situation shows that the role of media, party media,in particular, has a significant impact on the development of national self-identification processes and the creation of Ukrainian political community.

Keywords: *political parties, the party press, the national idea.*

Украинская партийная пресса кон. XIX – нач. XX ст. и современная – аспект становления национальной самоидентификации украинцев

Е. Г. Макарчук

Аннотация. На протяжении всего времени формирования украинской политической нации весьма важной составляющей общего процесса являлась работа партийных средств массовой информации - в аспекте формулирования и дальнейшего развития национальной идеи. Современная политическая ситуация показывает, что роль средств массовой информации, прежде всего партийных, оказывает важнейшее воздействие на процесс самоидентификации украинцев, их осознания себя как политической и гражданской общности.

Ключевые слова: *политические партии, партийная пресса, национальная идея.*

Тріангуляція як метод забезпечення валідності результатів якісних досліджень

О. В. Ромах

Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

Paper received 09.01.17; Accepted for publication 18.01.17.

Анотація: Галузь соціальних комунікацій, яка є міждисциплінарною за своєю природою, послуговується методами, які характерні для інших галузей знань. У статті розглянуто один із методів дослідження, який розроблено соціологами – тріангуляція. Проаналізовано його основні форми; вказано на широкий потенціал методу, переваги при його використанні як додаткового інструменту для підвищення валідності результатів якісних досліджень, а також проаналізовано недоліки метода.

Ключові слова: *тріангуляція, якісні методи дослідження, соціальні комунікації, валідність.*

Методологія - це інструмент, без якого не може бути здійснене жодне наукове дослідження, про яку б галузь науки не йшла мова. Методологічна матриця формується згідно із поставленою метою та завданнями, і має бути адекватною, тобто такою, що дозволить дослідникові зробити певні висновки про об'єкт та предмет дослідження, приносячи в науку нові знання. Арсенал методів як загальнонаукових так і спеціальних, доволі широкий, особливо якщо мова йде про вивчення явищ чи процесів у галузях, які за своєю природою є міждисциплінарними. Галузь соціальних комунікацій має у своєму арсеналі методи, які характерні і для інших наук (соціології, психології, філології тощо). Велику частину цієї методології становлять якісні методи дослідження. Хоч вони не дають такий точний результат, як кількісні, помилково вважати якісні методи вторинними. Так, на самому початку роботи засновників соціології - Ф. Тенісу, Е. Дюркгейма, Г. Зіммеля та ін. – наукові праці носили переважно якісний характер і поєднували «життєві» спостереження з вивченням літератури і спілкуванням з однодумцями. Основними видами емпіричних даних були щоденники, листи, матеріали судових позовів, усні історії, автобіографії. Лише у 1920-і роки в США були розроблені і швидко увійшли в моду кількісні стандартизовані опитування [1]. Якісні методи, як зазначають Різун В.В. та Скотникова Т.В. націлені не стільки на фіксацію кількісних параметрів досліджуваних явищ, скільки на з'ясування суб'єктивно-специфічних чинників життя мікросоціумів, а також тих мотивів, якими керуються у своїй діяльності люди. [2]. Улановський А.М. якісними методами дослідження називає спеціальні форми аналізу тексту, що зосереджуються не на підрахунку та статистичному узагальнені тих чи інших одиниць тексту, а на їх змістовому підрозділі, порівнянні та інтерпретації. [3, с.19] Таким чином при використанні якісної методології науковець стикається із суб'єктивними даними, які часто навіть неможливо формалізувати (наприклад, невербальна комунікація). Лисенко О.Ю. та Марковська І. М. називають такі недоліки якісних методів: велика ймовірність суб'єктивізму в аналізі; складність аналізу отриманих даних; потреба у висококваліфікованих дослідниках: модераторах та інших вчених. [4, с.10]. Про складність інтерпретації зазначає і Різун В.В., аналізуючи методи проектування: «через нестандартизованість результати проективних тестів можуть бути неправильно інтерпретовані під впливом суб'єктивної думки дослідника. Це принциповий недолік усіх якісних методів, які неможливо оцінити на предмет їхньої надійності і валідності» [2, с.38]. Тож ми поставили собі за мету визначати переваги та недоліки застосування методу тріангуляції як засобу поліпшення валідності якісних дослідження, послуговуючись ідеографічним підходом та компаративним аналізом.

Валідність дослідження (тобто відповідність, повноцінність одержаних даних), заснованого лише на якісній методології часто викликає сумніви. Хоча можна зустріти думку, що в якісних методах дослідження, надаючи респонденти можливість вільної розповіді, ми маємо справу з об'єктивним результатом його (респондента) суб'єктивної діяльності [5, с.18]. Навіть якщо припустити, що ми дійсно маємо справу з об'єктивним результатом (хоча вважаємо, що із суб'єктивного неможливо отримати об'єктивне), то після інтерпретації отриманих даних науковцем все одно отримаємо суб'єктивний результат. Звичайно можна говорити про валідність «здорового глузду» [6, с.77], але такий вид валідності має дещо побутовий характер. Процедура квантифікації також не завжди доцільна, адже якісний підхід розкриває сутність розуміння предмету дослідження респондентом, враховує особливості контексту, які втрачаються після квантифікації даних. Як зазначає Орлов А.І., прагнення до зайвої формалізації і математизації призводить до штучного внесення визначеності там, де її немає по суті, або до використання громіздкого математичного апарату, додаючи при цьому, що у разі довільного «оцифрування» висновки, отримані в результаті обробки даних, можуть не мати відношення до реальності [7, с.4]. Таким чином постає питання адекватного підвищення надійності якісних методів дослідження та їх результатів без небажаного викривлення.

Для розв'язання окресленої наукової проблеми вбачаємо доцільним використання методу тріангуляції. Цей метод по-різному інтерпретується та використовується у науковому дискурсі геометрії, психології, геодезії тощо. Спільним у дефініціях та підходах до розуміння поняття тріангуляції є, те, що в основі метода лежить вибудовування певного трикутника, що закладено в назві методу (triangulum – трикутник). Для використання тріангуляції в галузі соціальних комунікацій варто спиратись на наукові розробки соціологів. Розробив основні положення функціонування тріангуляції у лоні соціології американський

 ©|*O. V. Romakh 2017*

вчений Норман К. Дензін ще у 70-х роках XX століття [8]. За своєю суттю тріангуляція – це використання різних методів дослідження та різних джерел даних для оцінки емпіричної події [9]. Н. Дензін виділив чотири форми тріангуляції. Перша -тріангуляція даних, при якій в рамках одного дослідницького проекту використовуються різні типи даних; друга - дослідницька тріангуляція, яка передбачає участь у проекті декількох дослідників; третя – теоретична тріангуляція, що використовується з метою інтерпретації даних декількома підходами; четверта - методологічна тріангуляція, тобто використання при вивченні предмету багатьох методів [10]. Варто зазначити, що у кожній формі має бути використано не менше трьох джерел (науковців, методів, підходів, типів даних), при цьому верхньої межі немає.

Всі форми тріангуляції тісно пов'язані між собою. Початковим відліком використання даного методу є результати проведеного дослідження, після якого можна використати одну із форм тріангуляції або всі разом у зв'язці. Наведемо приклад використання тріангуляції результатів проведення фокус-групового опитування що до певної ознаки видання:

1. Проведення тріангуляції даних. Отримані результати звіряються із науковою літературою або даними, які були отримані у схожих дослідженнях, що проводились на іншій виборці респондентів/видань, тобто досліджувана ознака вже вивчалась у теоретичному або практичному аспекті, що дає змогу порівняти та зіставити результати. Тріангуляція даних дасть змогу, зокрема, перевести валідність «здорового глузду» у більш надійний та грунтовний результат.

2. Дослідницька тріангуляція. Для підвищення валідності запрошуються інші вчені з галузі соціальних комунікацій або, якщо є потреба, з інших галузей наук. При використанні дослідницької тріангуляції є декілька сценаріїв. Перший - дослідники діють окремо, але координовано створюють систему, в якій відбувається взаємна крос-валідизація збору даних і аналізу. Другий – дослідження виконуються командою, вчені перевіряють роботу один одного. [9]. Отже, вчені можуть приєднатись до дослідження безпосередньо під час фокус-групового опитування чи вивчати вже готові записи (розшифровку, відео), висловлюючи власну думку, яка може як підтвердити вже готові висновки науковця, так і спростувати їх повністю або частково. Дослідницька тріангуляція перегукується із методом Дельфі, в якому встановлюється спільна думка групи експертів стосовно досліджуваного питання. Відмінність полягає у тому, що у дослідницькій тріангуляції немає етапів зведення до усередненої думки та інтервалів наближення до неї. Вчені «домовляються» про усереднену думку або дослідник, який використовує дану форму тріангуляції сам визначає усереднене значення.

3. Теоретична тріангуляція. Для підвищення надійності результату варто проаналізувати його крізь призму різних теорій. Вивчаючи сприйняття фокус-групою тієї чи іншої ознаки видання можна використати декілька теорій масової комунікації, наприклад, теорію когнітивного дисонансу, порядку денного, задоволення, фреймінгу тощо. Таким чином можна отримати більш надійний показник.

4. Методологічна тріангуляція. Єдиний вид тріангуляції, який хоч і побіжно, але описаний у соціальнокомунікаційному дискурсі. Квіт С. визначає її як «тріангуляцію методик» - спільне застосування різноманітних методів наукового дослідження для розкриття питань, що стосуються феномену медіа-впливів. [11, с.21]. Вважаємо, що методологічну тріангуляцію можна застосовувати більш широко, не лише вивчаючи медіа-впливи, адже наукове дослідження – це задача з багатьма варіантами вирішення, а значить є можливість розробляти різні методологічні варіації, зокрема і для перевірки правильності інтерпретації результатів дослідження. Отже, для підвищення валідності нашого умовного фокус-групового опитування, можна провести додаткове анкетування цільової аудиторії з тією ж самою гіпотезою та співставити із результатами вихідного дослідження.

Таким чином, застосувавши хоча б одну із форм тріангуляції, можна отримати надійніші показники якісних досліджень. Проаналізувавши метод тріангуляції ми можемо визначити його основні переваги та недоліки.

Найбільшою перевагою запропонованого методу є часткове усунення «ефекту дослідника» [12, с.160], який полягає у свідомому чи підсвідомому впливі дослідника на результат, що призводить до його викривлення. Відзначимо доступність та гнучкість методу, адже які саме теорії, методи, дані використовувати для підвищення валідності результатів науковець вирішує сам. Описаний метод варто застосовувати і для перевірки проміжних результатів дослідження.

Тріангуляцію також можна використовувати під час викладання дисциплін («Основи наукових досліджень», «Методологія досліджень соціальних комунікацій» тощо), шукаючи колективно (дослідницька тріангуляція) нові шляхи вирішення (теоретична тріангуляція) чи розробляючи іншу методологічну матрицю (методологічна тріангуляція) вже розроблених наукових проблем.

Недоліками методу тріангуляції є: можлива складність у визначенні інших теорій та методів, які доцільно використовувати при дослідженні предмета; ресурсні витрати (зокрема часові); труднощі добору інших науковців при дослідницькій тріангуляції.

Отже, переваги застосування різних форм тріангуляції, зокрема в галузі соціальних комунікацій, значно перевищують недоліки. Зазначимо, що використання даного методу не є панацеєю. За своєю природою тріангуляція також якісний метод дослідження. Проте, наукові принципи спрямовують дослідників до об'єктивності та відтворюваності даних. На нашу думку, це можливо досягти використовуючи низку методів, в яку варто, зокрема, включати і тріангуляцію.

ЛІТЕРАТУРА

1. Якісні та кількісні методи дослідження [Електронний ресурс] : http://stud.com.ua – Режим доступу:http://stud.com.ua/23313/menedzhment/yakisni_metodi_doslidzhennya
2. Різун В.В., Скотникова Т.В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві: Навчальний посібник. – 2-е вид., перероб. і доп. – К.: Преса України, 2007.
3. Улановский А. М. Качественные исследования: подходы, стратегии, методы // Психологический журнал, 2009, №2. С.18-28.
4. Лысенко О.Ю., Марковская И.М. Качественные методы социально- психологических исследований: Учебное пособие. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2001. – 106 с.
5. Чиглінцев С. Якісні методи дослідження / Станіслав Чиглінцев. // Маркетинг в Україні. – 2012. – №1. – С. 15–18.
6. Горбунова В.В. Експериментальна психологія в схемах і таблицях: Навчальний посібник. — К.: «ВД «Професіонал», 2007. — 208 с.
7. Орлов А. И. Экспертные оценки. Учебное пособие. М.: ИВСТЭ, 2002.
8. Denzin, N. The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods / N. Denzin. – Chicago : Aldine, 1970.
9. Романов П.В. Процедуры, стратегии, подходы «социальной этнографии» // Социол. журн. 1996. № 3/4. С. 138-149
10. Кошарная, Г. Б. Триангуляция как способ обеспечения валидности результатов эмпирического исследования / Г. Б. Кошарная, В. П. Кошарный // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2016. – № 2 (38). – С. 117–122.
11. Квіт С. Масові комунікації: Підручник / С.Квіт. – К.: Вид. дім "Києво-Могилянька академія", 2008. – 206 с.
12. Ковалев Е.Ж., Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. — М.: Логос, 1999. — 384 с.

REFERENCES

1. Qualitative and quantitative research methods [electronic resource]: http://stud.com.ua - Access: http: //stud.com.ua/23313/menedzhment/yakisni_metodi_doslidzhennya
2. Rizun V.V. Skotnykova T.V. Methods of research in journalism: Textbook. - 2nd ed., Revised. and add. - K .: Ukraine Press, 2007.
3. Ulanovskii A.M. Qualitative research: approaches, strategies, methods // Psychological magazine, 2009, №2. S.18-28.
4. Lysenko O., Markov I.M. Qualitative methods of social and psychological research: Textbook. - Chelyabinsk: South Ural State University Publishing House, 2001. - 106 p.
5. Chiglintsev S. Yakisni methodological doslidzhennya / Stanislav Chiglintsev. // Marketing Ukraïni. - 2012. - №1. - S. 15-18.
6. Gorbunova V.V. Experiental psihologiya in schemes i TABLE: The Teaching posibnik. - K .: "WA" Profesional ", 2007. - 208 p.
7. Orlov A.I. Expert assessments. Tutorial. M .: IVSTE 2002.
8. Romanov P.V. Procedures, strategies, approaches the "social ethnography" // Sotsiologicheskie. Zh. 1996. № 3/4. pp 138-149.
9. Kosharnaya, G.B. triangulation as a way to ensure the validity of the results of empirical research / GB Kosharnaya, V.P. Kosharnaya // Proceedings of the higher educational institutions. Volga region. Social Sciences. - 2016. - № 2 (38). - S. 117-122.
10. Kvit S. Mass Communication: Textbook / S.Kvit. - K .: Type. House "Kyiv Mohylyanka Academy", 2008. - 206 p.
11. Kovalev E., Steinberg I.E. Qualitative methods in the field of sociological research. - M .: Logos, 1999. - 384 p.

Triangulation as a method to validate qualitative researches

O. V. Romakh

Abstract: Field of Social Communications is interdisciplinary by nature, use methods that are populare for other disciplines. In the article is considered one of the research methods developed by sociologists -triangulation. In the article is analyzed its basic form, shown the wide potential method, shown an advantages of using as an additional tool for increasing the validity of results of qualitative research and analysis of the lacks of the method.

Keywords: *triangulation, qualitative research methods, social communication, validity.*

Триангуляция как метод обеспечения валидности результатов качественных исследований

О. В. Ромах

Аннотация: Отрасль социальных коммуникаций, которая является междисциплинарной по своей природе, пользуется методами характерными для других отраслей знаний. В статье рассмотрен один из методов исследования, разработанный социологами - триангуляция. Проанализированы его основные формы; указано на широкий потенциал метода, преимущества при его использовании в качестве дополнительного инструмента для повышения валидности результатов качественных исследований, а также проанализированы недостатки метода.

Ключевые слова*: триангуляция, качественные методы исследования, социальные коммуникации, валидность.*

Зіставний аналіз етапів становлення і розвитку крос-медіа в Німеччині і Україні

Г. Л. Сарміна

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Paper received 06.02.17; Accepted for publication 15.02.17.

Анотація. У статті проаналізовано історичні засади розвитку крос-медіа в Німеччині і в Україні, розглянуто основні періоди становлення феномену крос-медіа та проведено зіставний аналіз періодизації досліджуваного явища в німецькомовному і в україномовному просторах. Визначено етапи, характерні для обох країн, а також спільні і відмінні риси кожної стадії розвитку крос-медіа, окреслено фактори, які вплинули на специфіку кожного з етапів розвитку в обох країнах, описано особливості формування кожної фази.

Ключові слова: *крос-медіа, дигіталізація, конвергенція, цифрові інновації, дигітальна журналістика.*

Вагомі зрушення і зміни в медіаландшафті зумовлені такими глобальними і тісно пов'язаними між собою процесами, як дигіталізація і конвергенція. Нові цифрові процеси репрезентують не тільки перехід від аналогового до дигітального медіасвіту, а й новий тип мислення. Медіасередовище розвивається в логічній послідовності, поступово трансформуючи культуру в цілому, тож постає низка інноваційних медійних явищ. Серед них найбільш вдалу і компактну комбінацію різних медійних форм і форматів являють собою крос-медіа, як сучасна і ефективна форма репрезентування і сприйняття інформації, котра прагне креативності й інноватівності, використовуючи всі можливості веб 2.0.

Попри той факт, що крос-медіа неодноразово перебували у фокусі уваги вітчизняних і зарубіжних учених – Л. Василик, У. Гляйха, Л. Городенко, С. Демченка, Г. Дженкінса, М. Женченко, Б. Краке, Н. Негропонте, К. Ноак, К. Раутенберг, В. Різуна, Р. Хольфельда, Є. Цимбаленка, К. Якубетца, проблема визначення історичних засад і основних періодів розвитку крос-медіа не було предметом наукових розвідок теорії комунікації, що і засвідчує актуальність пропонованої праці.

Метою дослідження є аналіз історії розвитку крос-медіа в Німеччині і в Україні та встановлення основних періодів становлення зазначеного феномену.

Основними методами дослідження, застосованими в процесі вивчення наукової проблеми, є теоретичні методи, зокрема, метод елементарно-теоретичного аналізу, логічний метод дослідження, методи аргументації, інтерпретації, опису.

Історія розвитку крос-медіа в Німеччині сягає корінням у 1980-ті роки і розпочинається з першої фази конвергенції медіа – з поєднання телекомунікацій і комп'ютерної техніки, що призвело до виникнення телематики, яка згодом поєдналася з іншими медіа і спричинила появу медіаматики, ставши базою для крос-медіа. Точнішу періодизацію розвитку крос-медіа в Німеччині можна репрезентувати такими відтинками часу [3, с. 33-36]:

• Крос-медіа до 1984 року. Цей період можна позначити як початковий, або підготовчий. Приватних теле- і радіокомпаній за тих часів ще не існувало, тож переходу або інтеграції до нових ринків чи нових медіа не могло відбутися. У фокусі уваги перебували місцеві теле- і радіоканали, розширення сегмента медіапідприємств на медіаринку обмежувалося виключно об'єднанням з друкарнями або заснуванням друкарень. Деякі прогресивні видавництва, як, наприклад, *Alex Springer Verlag*, спрямовували діяльність на публікацію як газет, так і журналів.

• Крос-медіа від 1984-го до кінця 1980-х років. Глобальні зміни в законодавстві 1984 року вможливили існування і функціонування приватних теле- і радіокомпаній, що зумовило стрімкий розвиток крос-медіа. На регіональному рівні видавництва почали об'єднуватися з місцевими радіостанціями, щоб стати конкурентоспроможними підприємствами на медіаринку нового типу. На міжрегіональному рівні видавництва прагнули об'єднатися із телекомпаніями, що посилювало їх позиції на медіаринку. Яскравим прикладом такої інтеграції була співпраця видавництва *Burda Verlag* із телеканалом *RTL*.

• Крос-медіа на початку 1990-х років. Цей етап вирізнився впровадженням правового регулювання крос-медіа і суттєвими структурними змінами на традиційному медіаринку. Ці зміни були спричинені насамперед стрімким розвитком технологій і зміною парадигми інтересів споживачів медіапродукту. Неабияку роль відіграли історичні зміни, зокрема об'єднання ФРН із НДР і створення нової держави – Федеративна Республіка Німеччина. Вагомим чинником блискавичного розвитку стала участь західних видавництв у продукуванні східнонімецьких видань – оновленні видання стрімко поширювалися на території нових федеральних земель. Наприклад, видавництво *Burda Verlag* розпочало (1991) розповсюдження нової газети, *„Super Zeitung"*, на нових федеральних землях. Інша хвиля експансії торкнулася співпраці видавництв із телебаченням і мала наслідком значне розширення телесектору. Результатом такої кооперації стала поява друкованих версій телепрограм і телеверсій друкованих видань, наприклад, *Spiegel TV Magazin*. За таких умов крос-медіа виходять на фаховий рівень і починають культивувати власні стратегії.

• Крос-медіа наприкінці 1990-х. Крос-медіа зазнають справжнього розквіту завдяки стрімкому поширенню мережі Інтернет, котра відіграє ключову роль у розвитку крос-медіа, адже дає принципово нові технологічні, економічні і соціальні можливості. Видавництва, теле- і радіокомпанії масово пропонують свій продукт онлайн, постають варіанти медіапродукції, створені спеціально для глобальної мережі з урахуванням її специфіки, чи не кожне медіапідприємство має власну "домашню сторінку" (наприклад, *Spiegel*

 ©H. L. Sarmina 2017

Online, Zeit Online, Sächsische Zeitung Online), асортимент медіапродукту раз у раз урізноманітнюється. Логічно, що підприємства перетворюються на багатомедійні корпорації, адже їх діяльність виходить за межі певного медіажанру. Низка дослідників феномену крос-медіа (Ш. Шультц, У. Гляйх, К. Барон) підносять роль Інтернету як рушійної сили крос-медіа і його стратегій. Крос-медіа не залишаються поза увагою політичних інновацій – Європейська Комісія видає Зелену книгу, яка містить основні міркування щодо конвергенції медіагалузі, впливу і наслідків функціонування її.

• Крос-медіа на початку XXI століття. Нове тисячоліття позначене помітним спадом у галузі крос-медіа, бо можливості й шанси онлайн-сфери були переоцінені і не реалізувалися в повному обсязі. Попри зменшення кількості електронних видань на медійному ринку, основні медіапідприємства не зменшували активності в розвитку крос-медійного напряму і розроблянні нових стратегій. Наприклад, відоме видавництво *Hubert Burda Media* прагнуло стати провідним крос-медійним видавництвом Німеччини і ще 2008 року запланувало перевести третину загального обсягу видань на цифрову основу протягом трьох років, тобто до 2011-го, що й було успішно виконано. Наразі *Hubert Burda Media* є одним із найбільших медіаконцернів Німеччини, котрий має вагу на міжнародному ринку. Видавнича група *Georg von Holtzbrinck* також інтенсивно інвестувала в розвиток цифрових технологій і завдяки цьому здобулася на високі економічні показники.

• Крос-медіа на сучасному етапі. Криза, що сталася в Німеччині 2009 року зумовила зміни в структурах багатьох медіапідприємств. Основним напрямом реструктуризації більшості з них стала політика впровадження крос-медіа, адже онлайн-галузь дає вагоміший прибуток, аніж традиційні медіаформати. Процес конвергенції медіа, який значно посилюється останнім часом, спричинений певною мірою появою нових пристроїв, передусім смартфонів, здатних відтворювати найрізноманітніші формати і мати широкий спектр функцій. Конвергенція є рушійною силою крос-медіа.

• Крос-медіа в мабутньому. Перспективи розвитку крос-медіа в медіагалузі Німеччини полягають у збільшенні крос-медійної діяльності підприємств. Уже тепер спостерігаємо тенденцію до зростання крос-медійної активності завдяки Інтернетові, котрий, даватиме чимало нових імпульсів дигітальному світові. Якщо на початковому етапі розвитку крос-медіа відбувалося поєднання теле-, радіоканалів і друкованих видань (що засвідчує походження крос-медіа від традиційних медіа), наразі провідні позиції посідає глобальна мережа. У фокусі уваги творців медіапродукту – привертання й утримання уваги користувача та збільшення аудиторії. Здобутки комунікативної психології свідчать про те, що саме крос-медіа покликані в повному обсязі виконувати зазначені функції, адже крос-медіа посилюють комунікативний вплив на реципієнта: сприйняття інформації через кілька платформ краще утримує увагу користувача і реалізує його зацікавленість.

Підсумовуючи наведену типологію, окресилимо такі етапи розвитку крос-медіа в німецькомовному просторі:

1.) підготовчий період, або монополізація (до 1984 року);

2.) модернізація, або формування медіаринку нового типу (1984 – 1990);

3.) професіоналізація крос-медіа (1990 – 1997);

4.) дигіталізація і розквіт крос-медіа (1997 – 2000);

5.) конвергенція і розроблення крос-медійних стратегій (2000 – 2009);

6.) крос-медіатизація (від 2009 до тепер).

Україна подолала майже такий самий шлях формування і розвитку крос-медіа, проте періодизація етапів еволюції крос-медіа характеризується певними особливостями і розбіжностями в порівнянні із Німеччиною.

• Крос-медіа до 1990-х. Цей період позначено пануванням диктатури в умовах комуністичної системи, тому інформаційний простір має виразні ознаки тоталітаризму, адже під державним контролем перебували всі аспекти життя громадян. Усі ЗМІ, зосереджені в руках уряду, були жорстко монополізовані, не існувало свободи слова, лютувала цензура, мала місце ідеологізація інформаційного простору.

• Крос-медіа на початку 1990-х. Наслідком унезалежнення України (1991) медіаринок дістав у спадок від Радянського Союзу 1891 газету та 194 інші періодичні видання [11, с. 97], проте тиражі друкованих видань упали, а теле- і радіокомпанії хоч і зазнали значних змін, проте не втратили притаманної їм ролі в системі ЗМІ. Розвал радянської системи централізованої преси і централізованого теле- і радіомовлення спричинив глобальну кризу медіаринку через економічний занепад у країні і, як наслідок, через відсутність фінансування. На відміну від Німеччини, де наслідком об'єднання федеральних земель нові землі дістали не тільки значну фінансову допомогу від колишньої ФРН, а й змогу скористатися набутим досвідом, тож медіаринок стрімко модернізувався й поширювався теренами нової країни, – в Україні розпочався етап глибокої кризи. Однак, попри економічні і політичні проблеми в Україні, період з 1991 по 1995 рік можна охарактеризувати вже не як кризовий, а як посткризовий, адже відбувається розбудова ЗМІ як самостійного інституту, комерціалізація мас-медіа [11, с. 99]. Журналістика зазнає "ейфорії", адже стає вільною від тоталітарного режиму, полює на сенсаційні матеріали, скандали, чутки, які подає в пресі нового типу – у так званій "жовтій пресі". Стрімкий розвиток медіаринку позначився і на появі рекламних і спеціалізованих видань – фінансових, політичних, соціальних, медичних, наукових, розважальних, мистецьких тощо. "Незважаючи на наявні проблеми, можна було вже говорити про типологічну структуризацію медіаринку: преса, телебачення, радіо, інформаційні агентства фактично виділилися в окремі ринкові сегменти, кожний з яких мав властиві тільки йому тенденції розвитку..... Взаємодіючи, вони створювали сукупність структурних елементів" [5, с. 165]. По кризі україномовний інформаційний простір почав робити кроки в напрямі до крос-медіа: постали перші медіахолдинги, які об'єднали різні типи медіа. На-

приклад, 1992 року створено медіахолдинг *COOP Україна*, дещо пізніше – холдинг *UMH Group*, холдинг *KP Media* розпочав діяльність 1995-го тощо.

• Крос-медіа другої половини 1990-х. Характерною рисою зазначеного періоду стала орієнтація на власне український продукт; зростають обсяги періодичних видань та кількість теле- і радіопродукції, тож відбувається інтенсивне наповнення інформаційного простору. Медіаринок розширюється завдяки появі комерційних підприємств, які різняться тематикою і якістю пропонованого контенту та орієнтацією на цільову аудиторію. Інноваційним стало розширення медіаринку завдяки появі електронних медіа, котрі народилися наслідком технологічного прогресу, насамперед завдяки розширенню можливостей мережі Інтернет. Розпочався процес дигіталізації, тобто з'явилися власні сайти медіа різного ґатунку – друкованих медіа, радіо і телебачення, на яких дублювався контент, поданий у друкованій, теле- або радіоверсії. У другій половині 1990-х з'являються власні сайти таких друкованих видань, як "День", "Зеркало недели", "Поступ", "Сегодня", "Факты"; радіокомпаній „Gala Radio", "Люкс FM"; телеканалів "Перший національний", "1+1", "СТБ", "Інтер", "Тоніс", інформагенції "Інтерфакс Україна" тощо [10]. Відтоді Інтернет характеризується динамічним розвитком, постійним збільшенням кількості користувачів, однак відсутність відповідного законодавства спричиняється до певної хаотичності. Однією з переваг Інтернету стала оптимізація економічних показників завдяки переходу на електронні медіаплатформи, що можна вважати наступним кроком до крос-медіа. Поява медіапродуктів, створених спеціально для Інтернету, стала процесом, котрий відбувався за тих часів паралельно в німецькомовному і в україномовному інформаційному просторі, хоч і характеризувався на україномовному терені меншим розмаїттям.

• Крос-медіа на початку 2000-х. Зміни в соціально-політичній ситуації в Україні не могли не позначитися на медіаландшафті. Зазначений етап характеризувався гострими зрушеннями в країні і в самих медіа, адже інформаційний простір було поділено між олігархами. Комерціалізація медіаринку призвела до відсутності гарантованої свободи слова [6]. Кількісне наповнення медіаринку загальмувало зростання числа друкованих видань, теле- і радіоканалів. З другого боку, невпинний розвиток Інтернету сприяв збільшенню кількості електронних медіа, покращенню якості їх і урізноманітненню репертуару, тобто появі нових форм і форматів. Українська медіагалузь стала на шлях конвергенції: засновано низку медіахолдингів, котрі поєднали медіа різного ґатунку (газета, радіо, телеканал, Інтернет, рекламна агенція). Серед вагомих варто зазначити "Evolution Media" (2003), "ТРК Люкс" (2005), "Inter Media Group" (2005) тощо, які успішно працюють у форматі конвергентного ньюзруму. Конвергенція торкнулася чи не всіх суміжних сфер суспільного життя – економічної, технологічної, культурної, соціальної тощо. Видавництва починають працювати як конвергентні редакції, наприклад "Коммерсант", "Kyiv Post", "День", які готують продукт щонайменше для двох медіаплатформ – друкованої і медійної; з'являються конвергентні ЗМІ, які охоплюють друковані видання, інтернет-портали, телебачення, – до прикладу, інформаційна група "ПРО-100".

• Сучасний етап крос-медіа розпочався з 2012 року завдяки участі іноземних грантодавців, які сприяли розвиткові крос-медіа, що стало важливим фактором академічної освіти майбутніх журналістів. Пілотним проектом, який запровадив практику створення крос-медійного продукту в Україні, став європейський проект Темпус "Крос-медіа і якісна журналістика". Проект тривав три роки, охопив широкий географічний простір (Україна, Румунія, Молдова, Німеччина, Австрія) і мав три основні складники, що визначали головні цілі проекту. З метою модернізації академічної освіти журналістів у межах проекту проваджено фахове навчання і стажування викладачів університетів-партнерів, розроблено і впроваджено спільні навчальні програми відповідно до вимог Болонського процесу, проведено семінари для журналістів-практиків, міжнародні науково-методичні конференції, видано підручник із крос-медіа, відбувся обмін студентами й організація літніх шкіл крос-медійної журналістики. З метою технічної і технологічної модернізації в межах проекту створено спеціальні крос-медійні лабораторії на базі університетів-партнерів, для чого українським університетам було надано донорами спеціальне обладнання для створення крос-медійного продукту, призначеного для різних медіаплатформ. З метою покращення стану якісної журналістики в Україні за інформаційних війн передбачили обмін досвідом між фахівцями німецькомовного і україномовного медійного середовища, націлений на опанування філософії крос-медіа і з погляду фахового журналіста. Зазначений етап є справжнім стартом крос-медіатизації в Україні, адже започатковано розвиток крос-медіа на новій ділянці європейського інформаційного простору. Завдяки донорській підтримці сформовано платформу для нового, сучасного напряму журналістської діяльності, яка незабаром набуде стрімкого поширення в Україні, створивши конкурентоспроможні національні редакції.

Отже, зіставний аналіз періодизації крос-медіа в Німеччині і в Україні демонструє наявність етапів, характерних для обох країн. До спільних фаз належать: період монополізації, або підготовчий період; період розбудови медіагалузі; період дигіталізації; період медіаконвергенції; період крос-медіатизації. Це свідчить про вагу кожного із зазначених етапів та його незамінну роль у процесі постання і розвитку крос-медіа. Однак варто зазначити, що процеси розвитку крос-медіа в німецькомовному медіасередовищі відбувалися дещо раніше, що зумовлено кращим економічним становищем у країні, ширшими можливостями фінансування та досвідом, котрий було напрацьовано завдяки комерціалізації медіагалузі і, як наслідок, завдяки появі медіаринку нового типу ще до початку 1990-х років. Німецьку медіагалузь від початку 1990-х підпорядковано чіткому правовому регулюванню, вона характеризується високим ступенем професіоналізму. Стрімкий розвиток технологій уможливив високий ступінь модернізації крос-медійного обладнання і швидку реструктуризацію

медіагалузі в напрямі крос-медійності, розроблення нових крос-медійних стратегій.

Особливістю розбудови крос-медіа в Україні є повільніший розвиток технологій, попри неочікувано швидкий процес подолання кризи пострадянського періоду та еволюцію медіаринку. Незважаючи на недостатнє фінансування, Україна долучилася до процесу дигіталізації одночасно з Німеччиною, ставши на шлях конвергенції на початку XXI століття.

А що процес крос-медіатизації в Німеччині розпочався раніше і відбувся більш бурхливо, то Україна дістала можливість збирати плоди й користати з досвіду німецькомовної медіагалузі. Це допомогло перестрибнути через процес спаду й утримати курс на крос-медіатизацію стабільним, зважаючи на доведені на практиці переваги крос-медіа. Донорські інвестиції не тільки посилили технічну і технологічну бази, а й дали змогу осягнути філософію і значення феномену крос-медіа.

ЛІТЕРАТУРА

1. Jakubetz C. Crossmedia. Konstanz, 2011. – 77 P.
2. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York–London, 2006. – 308 P.
3. Noack C. Crossmedia Marketing: Suchmaschinen als Brücke zwischen Offline- und Online-Kommunikation. Boizenburg, 2010. – 321 P.
4. Бебик В. М. Засоби масової інформації посткомуністичної України / В. М. Бебик, О. І. Сидоренко. – Київ: МАУП, 1996. – 124 с.
5. Брадов В. Типологічна структуризація медіаринку України: вектори впливу // Теле- та радіожурналістика. – Львів, 2014, вип. 13. С. 161-168.
6. Бугрим А.В. Комерційні процеси на телебаченні в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1906, вільний. – Заголовок з екрана. – Мова: укр.
7. Державний комітет телебачення і радіомовлення України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=68581&cat_id=33909, вільний. – Заголовок з екрана. – Мова: укр.
8. Держкомінформ України. Інформаційна сфера України: стан, проблеми і перспективи. – Київ, 2002. – 94 с.
9. Карабанов М.М. Українське телебачення: роки, події, звершення / М. М. Карабанов, І. Ф. Курус, В. М. Петренко та ін. – Київ : ДП "Дирекція ФВД", 2008. – 400 с.
10. Чабаненко М. Інтернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України : монографія. – Запоріжжя : ЗНУ, 2011. – 183 с.
11. В.І.Шпак Розвиток друкованих засобів масової інформації в тематичному, мовному і регіональному аспектах (1990-2010 роки). Історична память. – Полтава, 2013, № 29 с. 96-103.

REFERENCES

1. Jakubetz C. Crossmedia. Konstanz, 2011. – 77 S.
2. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide, New York–London 2006. – 308 P.
3. Noack C. Crossmedia Marketing: Suchmaschinen als Brücke zwischen Offline- und Online-Kommunikation. Boizenburg, 2010. – 321 P.
4. Bebik V. M. Mass media of post-communistic Ukraine. Kiev, 1996. – 124 P.
5. Bradov V. Typological restructuring of the Ukrainian media market: vectors of influence // Television and Radio Journalism, 2014. 13, P. 161-168.
6. Bugrym A.V. The process of commercializing of television in Ukraine [electronic resource]. – Access mode: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1906
7. The State Committee for Television and Radio Broadcasting of Ukraine [electronic resource]. – Access mode: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=68581&cat_id=33909
8. The State Committee of Ukraine. Information scope Ukraine: state, problems and prospects. Kiev, 2002 – 94 P.
9. Karabanov M.M. Ukrainian television: years, events, and accomplishments. Kiev, 2008. – 400 P.
10. Chabanenko, M. Internet mass media as the component of the Ukrainian mass-media system. Zaporizhzhia, 2011. – 183 P.
11. Shpak, V.I. The thematic, linguistic and regional aspects of the development of print media (1990-2010) // Historical memory, 2013. (29). P. 96-103.

Comparative stages` analysis of cross-media` formation and development in Germany and Ukraine

H. L. Sarmina

The article analyzes the historical principles of cross-media` development in Germany and Ukraine and the basic periods of the cross-media` formation. Furthermore the comparative analysis of periodization of the mentioned phenomenon in German and Ukrainian spaces was made. The stages, that are typical for both countries, as well as common and distinctive features of each stage of cross-media` development were defined. Moreover the factors that have influenced the specifics of each stage were described, as well as perculiarities of formation process for each stage.

Keywords: *cross-media, digitalization, convergence, digital innovations.*

Сравнительный анализ этапов становления и развития кросс-медиа в Германии и Украине

А. Л. Сармина

В статье проанализированы исторические основы развития кросс-медиа в Германии и в Украине, рассмотрены основные периоды становления феномена кросс-медиа и проведен сравнительный анализ периодизации исследуемого явления в немецкоязычном и украиноязычном пространствах. Определены этапы, характерные для обеих стран, а также общие и отличительные черты каждой стадии развития кросс-медиа, очерчены факторы, которые повлияли на специфику каждого их этапов развития в обеих странах, описаны особенности формирования каждой фазы.

Ключевые слова: *кросс-медиа, дигитализация, конвергенция, цифровые инновации.*

Peculiarities of sectoral documents turnover: functional interaction between trade and document communications

E. V. Shevchenko

Odessa national Polytechnic University, Professor of the Department of records management and information activities,Odessa, Ukraine
Corresponding author. E-mail: kafdid@i.ua

Paper received 26.01.17; Accepted for publication 05.02.17.

Abstract. There were analyzed peculiarities of sectoral documents turnover; disclosed the content of incoming, internal and outgoing document flows of trade enterprises; described communication environment, functioning of documents turnover, proposed the methods of documenting and document-trade communication interaction in the trade industry of Ukraine.

***Keywords*:** *documents turnover, document flow, document-trade communications, trade industry of Ukraine.*

Topicality. The system of documents turnover as a basis for trade enterprises reflects and provides commercial activity in Ukraine. It is able to improve business communication and amend the behavior of its members due to the process of documentation management. Documents turnover system is the channel of document communication transmitting, which provides consumers with document information.

Analysis. Despite the essential number of recent publications there are no fundamental works on sectoral documentation to research functional interaction between trade and document communications. Selective scientific information in the works of V. A. Konoplitsky, G. I. Filina, K. D Gordienko, L. M. Alekseyenko, V. M. Oleksiyenko, A. G. Zagorodny, A. S. Filipenko, S. M. Goncharova, B. A. Raynzberg, S. V. Mocherny, T. V. Osovska, A. A Yushkevich and others testifies about certain aspects of trade documentation in the context of documentation system in trade enterprise management [1; 3-6; 8]. Scientists are unanimous about the idea that document is a basis for document communication system, document resources, document communication, document fund, document files and document flow. The analysis of publications found problematic situation in the theoretical understanding of the current state of interoperability between trade and document communications in trade industry of Ukraine.

The purpose is the study of sectoral documents turnover functioning peculiarities, caused by interaction of trade and document communications.

Findings. Trading activity is objectively essential category of market economy, characterized by the complexity of the structure, due to expansion of activity, growth of commodities, increasing the number of structural elements that require identification of new approaches to improve documentation providing, information and communication environment where documents turnover is a basis. Documents turnover in trade industry is a movement of documents from the moment of their creation or receiving to completion or sending. The main characteristics of the documents turnover is the route of documents movement and the time spent on their passing. The efficiency of documents passing is a main rule of document turnover which is characterized by such parameters as content, structure, cyclicity, direction and volume.

The document flow content is determined by the composition of documentary information; the structure corresponds to functionally intended purpose of documents with certain features; cyclicity is determined by seasonal decrease in business, political and administrative activity, internal rhythms of work etc.; direction -- method of evaluation and certification of documents: agreement, approval, review, etc. [11]. Contents of incoming document flow is as follows: documents of higher level institutions, subordinate ones and those collaborating with a company (decrees, laws, regulations, orders, instructions, official letters, instructions, decisions, recommendations, etc.). The route of incoming documents movement depends on technology for working with documents. For instance, the registration process is divided into stages: making the registration forms of the received document data, review by the management, addition with resolution, timelines, guidelines for implementation, etc. [7]. Documents registration technology increases the time of documents movement from their receiving to application. Documentation of incoming flow makes a basis for creating inner documentation to provide solutions for management and production tasks.

Ukrainian trade industry has rather a large volume of documents turnover, which is distinguished by taking into account all the documentation flows for a certain period of time. As a rule, each document is published one time. The majority of trade enterprises belong to a mixed form of documentation organization when some operations: materials receipt and processing, documents sending, registration, control over deadlines, preparing, replication, archiving concentrated in the documentation office, and in each structural unit there are performed operations on creation of documents, ordering, keeping and pre-archive treatment [9]. Documentation keeping is carried out both at the headquarters and in branch offices where the seller carries a full cycle of activities on document processing (registration, storage, monitoring the execution, sending to the head office and others). However centralized organization of documentation is the most rational achieved unity in the processing of documents. The decentralized organization of work, when each structural unit operates a separate office service, operations are carried out independently. Outgoing documentation flow depends on number of approvals, documents signing, registration and sending. Incoming and outgoing documents are recorded during receiving and sending of correspondence, internal documents are counted at their place of registration and preparation. It should be noted that the majority of trade enterprises do not have centralized system for the total documents turnover accounting, each structural unit

 ©|*E. V. Shevchenko 2017*

(shops, supermarkets, etc.) independently provides documentation accounting, these parameters are issued by a certificate-table.

Accounting is committed due to registration forms of incoming, internal and outgoing documents, but the accounting is committed by a document office and by other departments and commercial enterprises as well. Most commercial enterprises belong to the third category with documents turnover from 10 000 to 25 000 documents per year. Documents turnover functions according to the time-table approved by top managers and chief accountant, which looks like a chart or a list of works on documentation, action sequences for performers according to standard guidelines on documentation from November 30, 2011 # 1242 [14]. Monitoring of the performance of documents flow time-table is provided by the chief accountant due to the order of the company's head. Records of cash and bank transactions, securities documentation, accounting documents are thoroughly monitored.

The content of internal document flow is organizational and administrative, reference information, financial, trade, human resources and accounting documentation, which defines the objectives, functions of the enterprise as a whole. The flow of outgoing documents is presented by statistical reports, organizational, administrative and trade documents. These are the reports on trade sales and inventory, balances, plans; official letters, etc., sent to the controlling bodies, giving them statistical, analytical and reference information model and creating communication links for commercial enterprises. An important component of the outgoing document flow is trade documentation, which is the largest among the other types of documents.

Document communication in the process of documents turnover (between clerks, secretaries, managers, performers) takes place during registration, review, implementation, coordination, approval of functioning documentation in trade enterprises as the means of information transmitting.

Communication environment of functioning in the trade sector of electronic documents turnover has external and internal components. The external components of documents turnover are: system of documents automatization; web-module; module of documents approval with their authentication; nomenclature cases module; interface module; information resource module, connected with the components of document flow, array, fund which make up internal turnover of trade enterprises.

The vast majority of trade enterprises perform document turnover in paper form, so to improve the documentation provision it is relevantly to implement common electronic document turnover and create a single sectoral information base.

Among the methods aimed at improving the documentation and document-trade communication interactions there are two distinct groups: the improvement of technology and reduction of document turnover that is associated with regulation of documentation, reducing the number of internal documents, rationalization of documentation, creation of standardized documentation systems using so-called non-document relationships.

Information resources that reflect the industrial and economic activities of commercial enterprises are the fundamentals for the operation of electronic document turnover, providing competitive environment in trade enterprises. The main problem of traditional document turnover management technology is the inability to centrally monitor document flow in trade enterprises. Positive signs the electronic document turnover is a possibility of inserting media data together with textual information in a document; using preform documents; speed transmission of information to multiple addresses; saving paper; compact archive; high speed search and information obtaining; ability to protect documents from unauthorized access and access rights of employees to information.

The advantage of electronic documentation over the traditional one that it helps to create a common information space in trade enterprises integrating all information document turnover system into information hub. Introduction of electronic document turnover makes it possible to reduce the number of services working with the documents.

In the case of documentation automation system or electronic documentation turnover system implementation, documentation office service is developing regulations to work with electronic documents, when there is a local chain of trade establishment - there is a bank of documentation registration data. Therefore, in order to streamline documents turnover, reduce quantity and improve quality of documents, improve working efficiency of trade enterprises, it is necessary to define common requirements for the functioning of sectoral documentation in electronic form. Introduction of electronic document management system will help to optimize trade enterprises, integrate documentation of trade enterprise into a single information environment, and provide communications interaction for staff during the execution of business functions of documentary information management [12]

Electronic documents turnover in trade industry depends on functioning of business processes and regulation of their activities, amount of document flow, prompt passage of documents and legal validity of electronic trade documentation provided by the presence of an electronic signature, which, according to Art. 6 of the Law of Ukraine «About electronic documents and electronic documents turnover» № 851-IV from May 22, 2003, is mandatory requisite of electronic document [13].

Certain difficulties related to the fact that the introduction of electronic document in trade enterprises is voluntary, confidence level to electronic documents turnover is too low, there is a need for operator of electronic documents turnover to be included to the staff that requires additional material costs [10]. For digital processing of large amounts of documentary information there is offered using of software Work flow (Filenet), the most common: Staff ware (FCMC), Image Flo (Recognition Equipment), Workhorse (Workhorse), which allow to structurize document flow, documentation processing in the specified sequence and time intervals [2].

Conclusion. These data give reason to believe that the functional interaction of trade-commercial and document communications consist of internal and external document and communication environment. The tool to enhance their cooperation is to increase communication load on document resources of trade enterprises, where sectoral

documents turnover is a basis and trade industry depends on the efficiency of its functioning in general. Electronic documents turnover in short term is going to be the main approach to automatization of documents turnover in Ukrainian trade enterprises with a single exchange formats for electronic documents and standardized list of information.

Prospects for further research of this area - the study of potential possibilities for components combination of document-communication environment in trade industry.

REFERENCES

1. Alekseenko L. M. Economic dictionary: property, privatization, securities market (Ukrainian-English-Russian) / L. M. Alekseenko, V. M. Alexeenko. — Ternopil : Aston, 2003. — 672 p.
2. Bakunov A. A. Systematization of classifications of types of innovation of commercial enterprises / A. A. Bakunov, M. S. Rosca // Trade and market of Ukraine : collection of Sciences. Ave. / Donets. NAT. Univ of Economics and trade named. M. Tugan-Baranovsky. — Donetsk, 2008. — Vol. 26. — P. 87-91.
3. Big explanatory dictionary of modern Ukrainian language / comp. and chapters. edited by V. T. Busel. — 7-e Izd. — Kyiv ; Irpin : Perun, 2009. — 1736 p.
4. Goncharov S. M. dictionary of economist / S. M. Goncharov. — Kyiv : Center UCB. lit., 2009. — 264 p.
5. Gordienko K. D. Economic dictionary. The conceptual base of Ukrainian legislation in the sphere of economy / K. D. Gordienko. — 2 nd ed. rev. and additional. — Kiev : KNT, 2007. — 360 p.
6. Economic encyclopedia. In 3 T. T. 3 / redkol: S. V. Mocherniy (resp. ed.) [et al.]. — Kiev : Academy, 2002. — 952 p.
7. Zagoretsky O. The stages of the incoming document / O. Zagoretsky // Records management and workflow. — 2013. — № 8.— P. 3-8.
8. Zagorodny A. G. Financial dictionary / A. G. Zagorodniy, G. L. Voznyuk, T. S. Smovzhenko. — 3rd ed. rev. and dopol. — Kiev : Knowledge : KOO, 2000. — 587 p.
9. Report to the I-th feasibility of the practice (on materials of the «Hypermarket "Epicenter K». Ivano-Frankivsk) [Electronic resource] // br.com.ua : the website. — Electron. text. data. — [B. M.], 1999-2016. — Mode of access: http://www.br.com.ua/inshe/Other/104610-5.html. — Title from the screen.
10. Kazieva N. Automation of external document management / N. Kazieva // Delovodstva documenting. — 2014. — № 8 (41). — S. 14-21.
11. Ligonenko L. O. Transformacin Procesi in thergbl Ukraine in umovah nternationale : monograph / L. O. Ligonenko. — Kyiv : Kyiv. NAT. Torg.-Ekon. Univ, 2009. — 334 p.
12. Pakhchanyan A. Implementation of electronic document management systems: problems and solutions [Electronic resource] / A. Pakhchanyan. — Mode of access: http://www.iteam.ru/publications/it/section_64article_2687/. — Title from the screen.
13. About electronic documents and electronic document management [Electronic resource] : the Law of Ukraine № 851-IV of 22 herbs. 2003 // the Verkhovna Rada of Ukraine : official. web portal. — Electron. text. data. — [Kiev], 1994-2016. — Mode of access: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/851-15. — Title from the screen.
14. About approval of the standard instruction on records management in the Central bodies of Executive power, Council of Ministers of the Autonomous Republic of Crimea, local bodies of Executive power [Electronic resource] : resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine № 1242 as of 30 Nov. 2011 // the Verkhovna Rada of Ukraine : official. web portal. — Electron. text. data. — [Kiev], 1994-2016. — Mode of access: http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/1242-2011 p. — Title from the screen.

Особенности отраслевого документооборота: функциональное взаимодействие между торговыми и документными коммуникациями

Е. В. Шевченко

Аннотация. Проанализировано особенности отраслевого документооборота; раскрыто наполнение входящего, внутреннего, исходящего документных потоков торговых предприятий; охарактеризовано коммуникационную среду функционирования документооборота, предложено методы совершенствования документирования и документо-торгового коммуникационного взаимодействия в торговой отрасли Украины.

Ключевые слова: документооборот, документный поток, торговые и документные коммуникации, торговая отрасль Украины.

The normative-legal basis for documentation management operation in enterprises

V. G. Sprinsyan

Odessa national Polytechnic University, head of the Department of documentation science and information activities, Odessa, Ukraine
Corresponding author. E-mail: kafdid@i.ua

Paper received 26.01.17; Accepted for publication 02.02.17.

Abstract. There was analyzed normative-legal securing of documentation management operation in enterprises, the attention is paid to SCMD 010-98, SSU 3843-99, SSU 3844-99, SSU 4163-2003, ISO 15489-2001, there were proposed the ways of improvement for normative-legal securing of documentation management in the sphere of enterprises management.

***Keywords**: documentation management, managerial activity, standards, documentation system.*

Topicality. Information is one of the primary resources, the value of which is equal to the value of material and natural resources. Documentation management can't operate without normative-legal securing of information resources, because information is necessary component in the sphere of documentation management securing. In order to satisfy the information needs of consumers the activity of enterprises is characterized by changes. There were organized professional associations, renewed the flow of professional literature which are important criteria of legal securing actualization in documentation sphere. Today there is growing attention to the normative, methodological and scientific securing and particularly to document management of an enterprise. Today in the managerial structures of Ukraine there is underdeveloped normative- legal basis that defines the functioning of a document, there is urgent problem of the status for documentation securing in organizations and control over their work the by the state. There are requirements as for regulation of issues related to informatization of management, use of new information technologies, computerization and use of modern communication means.

Analysis. A number of publications by Ukrainian and foreign scientists were devoted to consideration of documentation management, this problem was researched by: V . V. Bezdrabko, S. G. Kuleshov, G. N. Shvetsova-Vodka, S. P. Shaposhnik, N. I. Goncharova, Y. I. Palekha, I. V. Zakharova, M. V. Samsonova, L. A. Rumynina and others. There are gaps in research of documentation management. Currently the scientists don't pay enough attention to documentation management and its role in the science of documentation.

The purpose is the study of normative-legal securing for documentation management in modern enterprises of Ukraine.

Findings. The improvement of public administration processes, increasing its economic efficiency is directly related to documentation security for managerial activities of public bodies at various levels. In modern conditions the system of public administration in Ukraine imposes high demands on employees and managerial staff because they all, without exception, work with documents and information databases, which requires professional skills and training for management of informational documenting. The document has always been under scrutiny by the state. There is no effective management without orderly documentation. In addition, the development of political, economic and trade relations with the outside world, Ukraine ensures that domestic enterprises, institutions and organizations face the need to adhere to international standards of information sharing and document management [1].

Documents play an important role in managerial process, they are administrative tools which reflect the organization activity on the basis of their managerial decision making as a main argument in controversial situations, securing individual rights and being a way of proof. Administrative documents form the documentation core of an institution. In the basis of managerial activity in any organization there are processes of information obtaining, processing, decision making, bringing it to the performers, controlling, execution and conclusions. Documentation management has a particularly important meaning in the implementation of effective control over the managerial decisions fulfillment. Monitoring of managerial decisions is a major element in administrative work in any institution.

Documentation management as a separate line of documentation science, designed to develop theoretical and methodological foundations for functioning and development of complex dynamic document-communication system, which performs providing the administration structures with documentation and highly qualified specialists who carry out these processes [12].

Documentation management significantly affects the speed, economic efficiency and reliability of the system management in an enterprise. The legal basis for Ukrainian document keeping make up the laws that regulate the general principles of state policy in the field of information and document keeping, including the Law of Ukraine «About information» № 2658-12 from 02. 10. 1992 [10] «About electronic documents and electronic document turnover» № 851-15 from 22. 05. 2003 [8] «About electronic digital signature» № 852-15 from 18. 10. 2012 [9] and others.

The legal basis of documentation management also includes government standards which fix classification scheme of managerial documentation and terminology of document keeping and archives, define the basic requirements for documentation systems for documents preparation:

State classifier of management documentation: DC 010-98 (SCMD) is a nomenclature list for unified document forms (UDF) with unique code marking. SCMD is used while documents collecting and processing according to corresponding unified forms by all the bodies of

 ©|*V. G. Sprinsyan 2017*

state and economic management with jurisdictional enterprises and organizations in the process of managerial functions according to current legislation [2].

Classifier is directed upon single-valued definition, identification of unified forms for documents, their accounting and systematization, organization of corresponding types of documentation, securing of automated search for necessary unified document forms. The objects of DC 010-98 (SCMD) are state (interdepartmental, interbranch) unified document forms (UDF), approved by ministry, state committees or other departments – developers of unified system for managerial documentation. In addition to the destination, it is also used for recording and organizing, controlling the composition and content of UDF in each type of documentation, development of appropriate document types in the given classifier.

SSU 3843-99 [3] defines the common regulations for unification of managerial documentation and the rules of their development, approval, registration and carrying on the unified document forms being included in state unified documentation system.

The purpose for creation of state unified documentation system: formation of managerial documentation system, ensuring the functioning of public authorities, enterprises, institutions and organizations; implementation of common technical policy for unification of managerial documentation; creating conditions for interaction between legal entities with different forms of ownership through the use of unified document forms; streamline the information flows between public authorities, legal entities and individuals [6]. State unified documentation system is destined for organizing processes of creation and implementation of unified document management, functioning of state executive bodies, businesses, organizations, institutions, and their interaction between individuals and legal entities of all patterns of ownership.

SSU 3844-99 [9] shows that documents which are used at different levels of management must be created according to filling in the appropriate unified forms. The unified document forms with paper carrier have to be projected according to blank-pattern taking into account the requirements of managerial system for documentation [6].

SSU 4163-2003 comprises organizational and administrative documents: statutes, decrees, orders, regulations, decisions, protocols, certificates, letters, etc., created as a result of administrative activities in Ukraine by local authorities, enterprises, institutions, organizations and associations of all patterns of ownership [3].

Globalization of modern economic and social processes necessitates international unification and standardization of information processes. Transition to the documentation management system is dictated by contemporary European integration processes in Ukraine and the desire of the latter to become an equal member of the world information space [7]. This is due to the international proliferation of documentation management, the results of which are enshrined in the international standard ISO 15489-2001 "Information and documentation. Documentation management », documentation management is treated as the management responsible for the efficient and systematic control of creation, receipt, storage, use, keeping and withdrawal for destruction the documents, including processes of selecting and storing in documentary form the evidence of information on business activities.

Standard ISO 15489-2001 «Information and documentation. Documentation management» is an outlining of optimal methodologies for documentation management designed for specialists in the field of documentation management and for specialists in other areas, including developers of new information applications and the systems to ensure their compliance with documentation management [5]. ISO 15489-2001 «Information and documentation. Documentation management» consists of two parts: general principles of documentation and practical principles of documentation management.

The first part shows conceptual regulations that justify the need of documentation management, describes the features of environment for such management performance, general principles of policy in this sphere, main conditions and requirements for their implementation, general principles of projecting and implementation of the documentary systems with the overall scheme of the model for this system, processes of formation and operation for the system of documentation management. The first part is concluded with the requirements for documenting the processes of documentation management, their monitoring, content of key regulations as for organization of professional training for specialists in the sphere of documentation management.

The second part shows the technology for practical implementation of the principles mentioned in the first part. Combining and regulations coordination of the two parts of ISO 15489-2001 «Information and documentation. Documentation management » is added in appendixes to the standard as correlation tables. Organization of technological cycles of documentation management in different countries is organized differently, there are specific features that evolved historically. This reflects the overall nature of categorization and standard rules [5].

The standardization of documentation management can organize work with documents in the field of management activities more effectively. Standardization of policies and procedures of documentation management ensures the availability of adequate attention to the processes of documentation and preservation of all documents and the use of standard methods and procedures is a fast and efficient search of documentary information. It concerns the management for all types of documents and the ones disposed on all media, created or received by any organization in the course of its activities, and by individuals (entrepreneurs) working with documents.

Document keeping as an element of documentation management understands standardization as the process of setting and using of optimal rules and norms of documentation procedures adopted in the established order for common and repeated use [11].

The advantage of International Standard ISO 15489-2001 «Information and documentation. Documentation management» that it concerns the whole functioning of documentation in organizations, enterprises, etc. The standard describes the processes, methods and procedures to be followed to achieve proper documentation management. To manage documents the organization includes: standards identification; responsibilities and powers sharing; setting and publishing the procedures and guidelines;

providing various services related to the management and use of documents; designing, implementing and administering the specialized systems of documentation management; integrating documentation management into managerial systems and processes.

According to the requirements of ISO 15489-2001, duties and rights in the sphere of documentation management are shared between all the staff working with documents and represented in job instructions. The most important purpose of determining responsibilities, powers, relations in the field of documentation is creation and maintenance of a rules system for documentation management. This standard launches documentation management system in Ukraine. This result of scientific research and generalization of practice is the basis for further scientific researches.

Conclusions. These data give reason to believe that documentation management sphere should be explored in further researches to find out the possibilities for application in Ukraine ISO 15489-2001 «Information and documentation – Documentation management» it is necessary to revise the standards that operate at the international, national, intersectoral levels of management; introduce standardization and unification of administrative procedures and technologies. It is essential to mark out documentation management in a separate sphere and independent function of state administration, which requires its own mechanism of state regulation. All activities of an enterprise are supported by documents, that is why documentation management takes place in all managerial spheres of the enterprise. It covers the activities and operations related to documents, including the latest technologies of documentation management, actualizes the role of staff working with documents. Despite the fact that this is a promising trend, it is not institutional direction now.

The prospects of further explorations of the given direction are research projects for information analytics of documentation management.

REFERENCES

1. Belobrovko T. I. the administrative documentation of the credit-module course [Text] / T. I. Belobrovko, L. V. Borisova. --- Pereyaslav-Khmelnitsky, 2008. – 68 p.
2. State classifier of management documentation (DCUD) [Electronic resource] : DK 010-98 // free library : website. — Electron. text. data. — [B. M.], 2016. — Mode of access: http://dstu-biblio.3dn.ru. — Title from the screen.
3. The state unified system of documentation. Unified system of organizational and administrative documentation. Requirements to registration of documents [Electronic resource] : DSTU 4163-2003 // free library : website. — Electron. text. data. — [B. M.], 2016. — Mode of access: http://dstu-biblio.3dn.ru. — Title from the screen.
4. The state unified system of documentation. Layout key. The requirements for building [Electronic resource] : DSTU 3844-99// NPP legal adviser : the national legal portal. — Electron. text. data. — [B. M.], 2016. — Mode of access: http://www.legalexpert.in.ua"standards-i...dstu. — Title from the screen.
5. Information and documentation / Records management (document Management. General principles) [Electronic resource]: ISO 15489-2001. — Electron. text. data. — [B. M.], 2016. – Mode of access: http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=31908. -Title screen.
6. Kuleshov S. G. Administrative office management [Text] / S. G. Kuleshov. – Kiev : DAKKIM, 2003. – 57 p.
7. Litvin S. H. Modern status of scientific development of the problems of records keeping / S. H. Litvin // Library Science. Records management. Informology . – 2012. – No. 3. – P. 4-11.
8. About electronic documents and electronic document management [Electronic resource] : the Law of Ukraine № 851-IV of 22 herbs. 2003 // Verkhovna Rada of Ukraine : official. web portal. — Electron. text. data. — [Kiev], 1994-2016. — Mode of access: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/851-15. — Title from the screen.
9. On electronic digital signatures [Electronic resource] : Law of Ukraine No. 852-IV of 22 herbs. 2003 (as amended as of 28.06.2015) // Verkhovna Rada of Ukraine : official. web portal. — Electron. text. data. — [Kiev], 1994-2016. — Mode of access: http://www:http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/852-15. — Title from the screen.
10. About information [Electronic resource] : Law of Ukraine No. 2657-XII of 2 October. 1992 (as amended as of 21.05.2015) // Verkhovna Rada of Ukraine : official. web portal. — Electron. text. data. — [Kiev], 1994-2016. — Mode of access: http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12. — Title from the screen.
11. Samsonova M. V. Management system documentation quality management [Text] / M. V. Samsonova. – Ulyanovsk : UlSTU, 2008. – 122 S.
12. Sprinsyan V. G. the prerequisites for the formation of a documentation management / V. G. Sprinsyan // library science. Records management. Informology. – 2013. – № 3. – P. 53-57.

Нормативно-правовая основа функционированиядокументационного менеджмента на предприятиях

В. Г. Спринсян

Аннотация. Проанализировано нормативно-правовое обеспечение функционирования документационного менеджмента на предприятиях, внимание сосредоточено на рассмотрении ДКУД 010-98, ГОСТ 3843-99, ГОСТ 3844-99, ГОСТ 4163-2003, ISO 15489-2001, предложено пути совершенствования нормативно-правового обеспечения документационного менеджмента в сфере управления предприятиями.

Ключевые слова*: документационный менеджмент, управленческая деятельность, стандарты, система документации.*

Editor-in-chief: Dr. Xénia Vámos

The journal is published by the support of
Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe

Készült a Rózsadomb Contact Kft nyomdájában.
1022 Budapest, Balogvár u. 1.
www.rcontact.hu