

ISSN 2410-5333

**Міністерство культури України  
Харківська державна академія культури  
Ministry of Culture of Ukraine  
Kharkiv State Academy of Culture**



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

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

**Збірник наукових праць  
Scientific Papers**

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

Засновано в 1999 р.  
Founded in 1999.

**Випуск 46  
Issue 46**

**Харків, ХДАК, 2015  
Kharkiv, KhSAC, 2015**

УДК [008+316.77+378](062.552)

В 53

**Засновник і видавець — Харківська державна академія культури**

(Свідectво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації  
серія КВ №13567-254 1Р від 26.12.2007 р.)

Друкується за рішенням ученої ради Харківської державної академії культури  
(протокол №10 від 28.04.2015 р.)

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

Затверджено постановою президії ВАК України:

10.02.2010 р. як фахове видання із соціальних комунікацій (№1-05/1)

**Редакційна колегія:**

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

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

*Серія «Соціальні комунікації»*

**Асєєв Г. Г.**, д-р техн. наук, проф., Харківська державна академія культури; **Давидова І. О.**, д-р наук із соціальних комунікацій, проф., Харківська державна академія культури; **Дубровіна А. А.**, д-р іст. наук, проф., Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського; **Ельбєсхаузен Х.**, д-р філософії, доц., Королівська школа бібліотекознавства та інформатики Університету Копєнгагена (Данія); **Кобєлев О. М.**, д-р наук із соціальних комунікацій, доц., Харківська державна академія культури; **Кулєшов С. Г.**, д-р іст. наук, проф., Інститут архівної справи та документознавства Держкомархіву України; **Лиман С. І.**, д-р іст. наук, проф., Харківська державна академія культури; **Лорєнз Б.**, д-р філософії, доц., Університет прикладних наук у галузі державного управління і правових питань (м. Мюнхен, Німєччина); **Лосієвський І. Я.**, д-р філол. наук, доц., Харківська державна наукова бібліотека ім. В. Г. Короленка; **Мазур П.**, д-р пед. наук, проф., Державна вища професійна школа в Холмі (Польща); **Маркова В. А.**, д-р наук із соціальних комунікацій, проф., Харківська державна академія культури; **Мотульський Р. С.**, д-р пед. наук, проф., Національна бібліотека Білорусі (Білорусь); **Петрова Л. Г.**, д-р пед. наук, проф., Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв; **Потрашков С. В.**, д-р іст. наук, проф., Харківська державна академія культури; **Рижанова А. О.**, д-р пед. наук, проф., Харківська державна академія культури; **Сєнченко М. І.**, д-р техн. наук, проф., Книжкова палата України; **Соляник А. А.**, д-р пед. наук, проф., Харківська державна академія культури; **Філіпова Л. Я.**, д-р пед. наук, проф., Харківська державна академія культури; **Швецова-Водка Г. М.**, д-р іст. наук, проф., Рівненський державний гуманітарний університет; **Шемасва Г. В.**, д-р наук із соціальних комунікацій, проф., Харківська державна академія культури; **Булах Т. Д.**, канд. пед. наук, доц., Харківська державна академія культури (відповідальний секретар)

**Вісник Харківської державної академії культури.** Сер. Соціальні комунікації : зб. наук. пр. Вип. 46 / Харків. держ. акад. культури ; за заг. ред. В. М. Шейка. — Харків : ХДАК, 2015. — 231 с.

**ISSN 2410-5333**

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

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

**УДК [008+316.77+378](062.552)**

**ISSN 2410-5333**

© Харківська державна академія культури, 2015

## **Розділ перший**

**Теоретико-методологічні засади  
бібліотекознавства та бібліографознавства**

## **Part One**

**Theoretical and Methodological Foundations  
of Library and Bibliography Science**

УДК 305:02

**Н. М. Кушнарєнко**, доктор педагогічних наук, професор, Харківська державна академія культури, м. Харків

### **ГЕНДЕРНИЙ ПІДХІД У БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВІ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС**

Аналізуються сучасні публікації, в яких розкрито пізнавальні можливості гендерного підходу на прикладі бібліотекознавства. Висвітлюються причини фемінізації бібліотечної галузі. Окреслюється основне коло проблем, пов'язаних з участю чоловіків і жінок у бібліотечній професії. Визначається тематика подальших наукових досліджень.

*Ключові слова:* бібліотекознавство, бібліотечна справа, гендерний підхід, маскулінізація, фемінізація.

**Н. Н. Кушнарєнко**, доктор педагогических наук, профессор, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

### **ГЕНДЕРНЫЙ ПОДХОД В БИБЛИОТЕКОВЕДЕНИИ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС**

Анализируются современные публикации, в которых раскрыты познавательные возможности гендерного подхода на примере библиотековедения. Освещаются причины феминизации библиотечной отрасли. Очерчивается основной круг проблем, связанных с участием мужчин и женщин в библиотечной профессии. Определяется тематика дальнейших научных исследований.

*Ключевые слова:* библиотековедение, библиотечное дело, гендерный подход, маскулинизация, феминизация.

**N. M. Kushnarenko**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

### **GENDER-BASED APPROACH IN LIBRARY SCIENCE: THEORETICAL AND METHDOLOGICAL DISCOURSE**

The paper deals with the analysis of the latest publications concerning the research of the cognitive capacity of a gender-based approach based on library science. The author describes the causes of feminization of the library sphere. The main range of issues related to the participation of men and women in the library profession is outlined. The paper also offers the subject of the future research in this sphere.

*Key words:* library science, librarianship, gender-based approach, masculinization, feminization.

**Постановка проблеми.** Останніми роками достатньо поширеною та популярною стала гендерна проблематика. Без застосування гендерного підходу нині неможливо уявити будь-яке ґрунтовне наукове дослідження.

Відповідно до сучасних тлумачних словників, поняття гендера має подвійне значення. Перше — це відмінність між чоловіками і жінками за анатомічними ознаками; друге — соціальний розподіл,

що часто базується на статевих відмінностях, однак не завжди збігається з ним. Для бібліотеко-знавчих досліджень пріоритетним є друге значення [1, с. 177].

Гендерний підхід являє собою наукове поняття, в основі якого — аналіз відмінностей жіночої й чоловічої психіки з урахуванням соціальної детермінації. Він дозволяє розглядати статеві відмінності, співвідношення, взаємозв'язки чоловіків і жінок, їхній вплив на результативність політичної, економічної, наукової, освітньої, культурної, мистецької, бібліотечної та інших видів діяльності; гармонійність професійних, родинних, сімейних стосунків сучасного суспільства тощо.

Провідними напрямками аналізу є: рівність статей, прав та можливостей, а також гендерні дисфорія, диференціація, ідентичність, некомфортність, роль як у суспільстві загалом, так і в культурній і мистецькій сферах зокрема. Кожна стаття має право на знаковість, відмінність, особливість. Базового значення набувають такі поняття, як «маскулізм» і «фемінізм». Згідно із сучасним словником іноземних слів (2007), від таких понять, як маскулізм (лат. *masculus* — чоловічий), фемінізм (фр. *feminisme*, лат. *femina* — жіночий), походять терміни маскулінізм, маскулінізація, фемінізація та ін. [11, с. 410; 711]. Гендерний підхід науково пояснює такі об'єктивні явища, як маскулінізація та фемінізація сучасного суспільства загалом та бібліотечно-інформаційної сфери зокрема.

Авторами гендерної теорії є Ж. Дерріда, Г. Гарфінкель, І. Гофман, Д. Лорбер, Дж. Скотт, М. Кімела, Н. Габріелян, М. Фуко, Симона де Бовуар та ін.

**Останні дослідження та публікації.** Пізнавальні можливості гендерного підходу недостатньо використовуються в бібліотекознавчих дослідженнях. Можна назвати лише окремі праці, в яких розкривається спільне і відмінне в діяльності чоловіків та жінок у бібліотечній сфері. Серед основних авторів: О. Гуліна, Л. Коленко, Н. Кушнарєнко, Г. Олзоева, В. Осаула, О. Полтавська, Т. Сабурова, Л. Солоненко, Л. Сокольська, Е. Сукиасян, О. Цветкова, І. Шумінова, О. Яструбова та ін. [3; 4; 5; 7; 8; 9; 10]. Однак вони не вичерпують всієї масштабності цієї проблематики.

**Мета статті** — обґрунтувати та використати теоретико-методологічні засади пізнавальних можливостей гендерного підходу в бібліотекознавчих дослідженнях.

Гендерний підхід існує давно, однак гендерні дослідження актуалізувалися лише в 1960–1970-ті рр. через активізацію феміністського руху в країнах Європи і США як результату відмежування від домі-

нуючої на той час концепції відмінності статі за біологічною ознакою (Р. Хоф). Фемінізм упродовж тривалого часу існував як соціально-політичний рух, що сформував теоретичні претензії до традиційного західного знання і нові теоретико-методологічні підходи до аналізу різних сфер людської діяльності.

Поширення гендерних досліджень зумовлене соціокультурними процесами у світі: зміною стану жінки, чий простір тривалий час обмежувався домашньою сферою; активізацією феміністських рухів, які прагнули змінити андроцентричний погляд на світ і світоустрій; змінами в розумінні сутнісних ролей чоловіків та жінок; переосмисленням звичного, стереотипного розуміння співвідношення маскулінності й фемінності та ін. Важливою подією у світовому масштабі можна вважати спеціальну сесію Генеральної Асамблеї ООН «Жінки — 2000: Рівність між статями, розвиток і світ у XXI столітті», що відбулася в Нью-Йорку.

Гендерний підхід активно застосовується в соціології, психології, педагогіці, культурології, мистецтвознавстві та ін. Однак у бібліотекознавстві його пізнавальні можливості актуалізуються лише наприкінці ХХ ст., що має об'єктивне підґрунтя.

Відповідно до історичної закономірності та соціальної стратифікації бібліотечну професію часто розглядають як суто «жіночу», що є хибною думкою. Початківцями бібліотечної справи є чоловіки. В історії бібліотечної справи були періоди, коли жінок до читання й особливо до роботи в бібліотеці взагалі не допускали. Упродовж тривалого часу особам чоловічої статі надавалася перевага в бібліотечній сфері. Більше того, в бібліотекознавчій біографістиці поширення набули імена не жінок, а чоловіків — бібліотекарів, бібліотекознавців і бібліографознавців. При цьому саме жінки найактивніше висвітлювали внесок чоловіків-професіоналів у розвиток бібліотечної справи. Імена багатьох жінок-керманців вітчизняної бібліотечної галузі давно забуті, що має стати об'єктом майбутніх наукових досліджень. Актуалізація гендерних досліджень в Україні і за кордоном пов'язана, з одного боку, з ускладненням, технізацією бібліотечної галузі, що потребує чоловічої підтримки, а з іншого — бракує чоловічої статі в усіх підсистемах бібліотечної галузі: науковій, практичній, освітній, управлінській.

Гендерний підхід до бібліотечної справи — напрям і метод інтерпретації бібліотечної сфери з позиції теорії «гендера» (соціальна стать) та «статі» (біологічна стать). Гендерний підхід до бібліотечної справи в дослідницькому аспекті — статеві диференціації в суспільстві та бібліотечній діяльності, проблеми «жіночої» («фемінної») або

«чоловічої» («маскулінної») зумовленості напрямів, форм, видів, способів, типів діяльності, історичних подій та ін. Фемінізація — це історичний процес, під час якого деякі види зайнятості жінок почали розглядатися як жіноча робота, викликавши таким чином зниження в доході і статусі [4]. Отже, економічний фактор став основним щодо зменшення чоловічої статі в бібліотечній галузі, знизив престиж бібліотечної професії.

Однією з перших, хто заявив про існування проблеми маскулінізації — фемінізації в бібліотечній справі, є Л. Солоненко, котра у своїй статті «Про необхідність проведення гендерних досліджень» (1997) [10] аргументовано порушила проблему, актуалізувала її.

Заслуга Г. Олзоєвої (2001), на нашу думку, полягає в тому, що вона чітко виокремила шість основних проблем бібліотечної діяльності, пов'язаних із чоловічою і жіночою статтю. Серед них:

- екстраполяція суто жіночих інтересів, цінностей, смаків;
- у процесі індивідуальної роботи, під час добору та рекомендації тих чи інших джерел бібліотечні працівники жіночої статі впевненіше поводять себе в спілкуванні з читачами-жінками, ніж читачами-чоловіками (згідно з даними сучасної статистики, саме жінки є активними користувачами бібліотек), оскільки недостатньо знають інтереси користувачів чоловічої статі, особливості їх читацьких уподобань, сприйняття і поведінки;
- специфіка жіночого бібліотечного колективу — міжособистісні й професійні стосунки, інколи надто емоційні;
- серед авторів бібліотекознавчих досліджень переважають жінки доктори і кандидати наук із наукової спеціальності «Книгознавство, бібліотеко-знавство, бібліографознавство»;
- превалювання жінок серед викладачів спеціальних (випускних) кафедр, що посилює фемінізацію бібліотечної галузі ще в студентській аудиторії, яка триває під час виробничої практики, де зазвичай переважають жіночі колективи [6, с. 19].

На нашу думку, цілком слушною є теза Г. Олзоєвої щодо професійної рефлексії з позицій гендерного підходу, що дозволить виявити специфіку впливу статі на різні сфери діяльності бібліотек, посилити його позитивні й усунути негативні моменти. Водночас не можна погодитися з автором у тому, що жінки-бібліотекарі нібито ніяковіють перед читачами-чоловіками. Навпаки — незнання читацьких потреб чоловіків компенсуються вмінням «розговорити» читача, поглибити уявлення про його інтереси, що часто не вдається бібліотекарям-чоловікам. До проведення масових заходів насамперед залучають жінок, а не чоловіків (бібліотекарів і читачів). Більшість чоловіків —

менше публічні, їм простіше виконати конкретне завдання одноосібно, ніж працювати колективно.

О. Полтавська у своїй праці «Великие люди — библиотекари: от А до Я» (2005) надала розповіді про 40 наших попередників, котрі збудували бібліотечну справу. Це — перші особи держави (Ашшурбаніпал, Ярослав Мудрий); святі (Євфросинія Полоцька, Кирило Філософ, Тимофей); видатні вчені (К. М. Бер, О. Х. Востоков, М. І. Лобачевський, П. Отле); поети, літератори, просвітники (І. В. Гьоте, І. А. Крилов, В. Ф. Одоевський та ін.); власне бібліотекарі, бібліографи (М. Дьюї, Г. Ноде, І.-Д. Шумахер та ін.).

Слід зазначити, що в поданому автором переліку 90% — це імена чоловіків і лише 10% — жінок. Серед персоналіїв лише чотири жінки: В. О. Артисевич, Євфросинія Полоцька, М. І. Рудоміно, Л. Б. Хавкіна [2]. Зокрема Євфросинія Полоцька (1102–1173) — донька полоцького князя Георгія є засновником чоловічих і жіночих монастирів, перших шкільних бібліотек на Русі, просвітник, власноруч переписувала книги, складала вірші. День її успіння — 23 травня (5 червня) — відзначається в Білорусі як День бібліотекаря.

Л. Б. Хавкіна створила авторські таблиці, організувала в Харківській громадській бібліотеці (1903) перший у Російській імперії відділ бібліотекознавства, започаткувала вищу бібліотечну освіту, написала перші посібники з бібліотечної справи. Її науковий доробок становить понад 500 книг і статей [2, с. 117–118].

О. І. Полтавська, на нашу думку, вдало висвітлила внесок американського бібліотекознавця М. Дьюї в розвиток бібліотечної практики, освіти, науки й управління.

Особливе значення має підтвердження автором доленосної ролі М. Дьюї в активному залученні жінок до бібліотечної справи, отже, — розуміння й важливості вирішення гендерної проблематики. У подальшому доцільно вивчити ставлення до жіночої праці в бібліотеці К. І. Рубінського — відомого українського бібліотекознавця, колишнього директора наукової бібліотеки Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна.

У 2010 р. вийшов друком науково-практичний посібник Л. Коленко та І. О. Шумілової «Библиотечный коллектив: гендерный ракурс» — співробітників Астраханської обласної наукової бібліотеки ім. Н. К. Крупської [4]. У ньому автори наголошують на особливих можливостях гендерного підходу в поясненні закономірностей прояву тенденцій маскулінізації й фемінізації в бібліотечній галузі. На думку науковців, пізнавальні можливості гендерного підходу дозволяють усвідомити, що система мислення, соціалізація чоловіків і жінок по-різному впливають на їхню професійну діяльність, допома-



гають осмислити норми й культурні цінності, які привносять у бібліотечну професію чоловіки і жінки, створюючи суто «чоловічі» та «жіночі» стратегії розбудови сучасної бібліотечної галузі. Особливістю цього видання є те, що використовуючи методологічні можливості гендерного підходу, автори розкривають регіональну специфіку історії бібліотечної справи в професійній площині.

Серед українських дослідників слід назвати статті випускника Харківської державної академії культури В. Осаули, співробітника відділу інформаційних технологій наукової бібліотеки Харківського національного економічного університету [7; 8]. У розвідці «Типи і роль співробітників-чоловіків у бібліотеках у сучасних умовах» він, розглядаючи чоловічу складову сучасної бібліотечної професії, визначає типи чоловіків-співробітників бібліотек, характеризує функції й мотиви їхньої діяльності [8].

Науковець виокремив дві групи чоловіків, котрі працюють у бібліотеках: 1) співробітники — бібліотечні фахівці; 2) співробітники — фахівці інших галузей. У кожній з означених груп визначено дві підгрупи. До першої належать т. зв. корінники і транзитники. До другої — гості і транзитні гості. Основою класифікації є освіта, здібності, життєві обставини, зацікавленість, мотивація, прихильність [8, с. 43].

В. Осаула характеризує кожен категорію співробітників бібліотек чоловічої статі. Корінник-одинак — це співробітник бібліотеки, котрий здобув вищу фахову освіту, його пріоритетом є практична діяльність. Цей тип бібліотекаря-чоловіка характеризується свідомим вибором бібліотечної професії, впродовж навчання за фахом демонструє неабиякі здібності в науково-практичній площині. Після закінчення вніз бібліотечного профілю, зазвичай, обіймає керівну посаду — директора, заступника директора чи завідувача відділу (сектора) структурного підрозділу. Додамо, що дійсно фахівці-чоловіки ніколи не залишаються поза управлінських посад у бібліотечній галузі, за винятком тих, котрі самі свідомо від них ухиляються.

До цього типу В. Осаула долучає і тих, хто паралельно з практичною здійснює наукову діяльність. Основою для здобуття наукового ступеня слугує досвід бібліотеки, де він працює. Однак, на нашу думку, це не зовсім так. Досвід провідних наукових бібліотечних шкіл харківської, київської, рівненської та ін. свідчить, що чоловіки-науковці, котрі досягли значних професійних висот у книгознавстві, бібліотекознавстві чи бібліографознавстві, достатньо рідко користувалися здобутками своїх установ, узагальнюючи їх досвід та окреслюючи перспективи розвитку галузі. Утім, органічне поєднання тео-

ретичних знань і практичного досвіду є передумовою професійного успіху. У бібліотечному професійному середовищі домінують учені-чоловіки, доктори наук, котрі стали класиками науки, осмислюючи її теоретичні та методологічні підвалини, навчаючись в аспірантурі й докторантурі — інституціях з підготовки наукових і науково-педагогічних кадрів, часто переглядаючи свої наукові пріоритети, докорінно змінюючи досліджувану проблематику, яка відрізняється від минулої практичної діяльності.

Типаж транзитника, згідно з В. Осаулою, близький до корінника. Однак до його специфічних ознак належать: спрямованість фахівця на теоретичне осмислення бібліотечної діяльності, основи якого проявляються ще в студентські часи. Працюючи в бібліотеці, транзитник мріє про науково-дослідницьку, викладацьку чи управлінську діяльність, часто поєднує практичну діяльність з навчанням в аспірантурі, використовуючи свій практичний досвід. На нашу думку, транзитниками можна вважати також тих, котрі здобувши бібліотечний фах, успішно працюють в інших сферах, а також представників небібліотечних (технічної, медичної, сільськогосподарської та ін.) галузей, котрі навчалися в аспірантурі (докторантурі) з наукової спеціальності «Книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство», і, захистивши кандидатську чи докторську дисертацію з означеної спеціальності, знову повертаються до своєї базової наукової, освітньої чи практичної діяльності, маючи науковий ступінь кандидата або доктора наук.

Праці В. Осаули цікаві тим, що до вирішення гендерної проблематики долучився молодий науковець чоловічої статі, котрий, безпосередньо працюючи в бібліотечному колективі, здатен на основі власного досвіду осмислити проблему маскулінізації-фемінізації в бібліотечному просторі.

У статті Н. Кушнаренко «Вища бібліотечна освіта України в контексті гендерного підходу» (2014) [5] за допомогою методології гендерного підходу проаналізовано науково-педагогічний склад факультету бібліотеко-знавства та інформатики Харківської державної академії культури (ХДАК) за 85-річний період її існування (1929–2014 рр.) — фундатора і лідера вищої бібліотечно-інформаційної освіти в Україні [5]. Дослідження свідчить про фемінізацію вищої бібліотечної освіти. У харківському варіанті жінки переважають в управлінському секторі: декан і завідувачі випускових кафедр — жінки. На штатних засадах працюють 16 викладачів, серед них — 4 особи чоловічої статі (25%) і 12 осіб жіночої статі (75%); докторський корпус є таким: 1 чоловік (6,3%) і 5 жінок (31,3%); кандидатський —

3 чоловіки (18,8%) і 7 жінок (43,8%). Викладачі-жінки активніші і в науковому сенсі — за кількістю видатних наукових монографій, підручників, навчальних посібників, статей, науково-методичних матеріалів тощо. Чоловіки більше виважені і скрупульозні. Тобто, перспективу має лише змішаний колектив, у якому рівномірно можуть реалізувати потенційні можливості і чоловіки, і жінки.

Слід відзначити кандидатську дисертацію Є. Гуліної «Библиотечная профессия как ключевой фактор подготовки библиотечно-информационных специалистов: гендерный аспект» (2009) [3]. Її автор акцентує на психофізичних характеристиках бібліотечних фахівців, зокрема: швидкості реакції, координації рухів, статичній витривалості, фізичній силі, рівновазі, рухливості і стійкості нервових процесів, здатності до активної саморегуляції психічного стану.

Бібліотечна професійна діяльність є багатоаспектною, поліфункціональною, немало компонентів якої пов'язані зі збиранням, опрацюванням, зберіганням документів, обслуговуванням користувачів, взаємодією з різними соціальними інституціями, громадськістю, окремими користувачами. Це спричиняє напруження пам'яті, стомлення, емоційне збудження тощо. Бібліотечна професія передбачає різні види діяльності — організаторську, педагогічну, інтелектуальну, фізичну, технологічну, комунікативну, освітню та ін., що зумовлює певні вимоги до професійних компетенцій та особистісних якостей бібліотекарів.

Серед численних параметрів бібліотечної професії на особливу увагу заслуговує її фемінізація, тобто переважне представництво жінок. Головні причини: особливість праці, що потребує копіткості, посидючості, ретельності, витривалості у виконанні рутинних, монотонних операцій. Серед цих факторів — невисокий статус, «непрестижність» цього виду діяльності. На бібліотечних факультетах училищ і вищих навчальних закладів навчаються переважно жінки. Жіноче «обличчя» бібліотечної професії, специфіка жіночого організму потребують гендерного підходу ще на стадії навчання у ВНЗ.

Слід навести статтю Л. Сокольської «Библиотечная стезя пол сильный редко привлекала? ... или К проблеме феминизации профессии» (2008) [9], в якій обґрунтовано три фактори фемінізації бібліотечної справи: імідж бібліотечної професії як переважно жіночої, що надто несприятливо впливає на її соціальний статус; соціально-психологічний клімат жіночих колективів, що є достатньо проблемним; існують «небажані» і «бажані» види діяльності, виконання ними технологічних процесів; спостерігаються суттєві недоліки в організації обслуговування читачів, передусім чоловіків. Науковець

зазначає, що бібліотечній професії однаково потрібні і чоловіки, і жінки. І лише тому, що сучасна ситуація є далекою від балансу, питання долучення чоловіків до бібліотечної галузі набуває особливої актуальності.

Специфіка гендерних досліджень полягає у створенні таких умов суспільного життя, щоб жінка і чоловік справді мали можливості реалізуватися повною мірою в усіх сферах суспільного життя. Рівність прав, таким чином, передбачає рівність можливостей біологічної, психологічної, особистісної, соціальної актуалізації сутнісних сил жінки і чоловіка. Отже, гендерні розвідки — це дослідження різноманітних аспектів жіночої та чоловічої відмінності. Вони констатують не лише відмінність між статями (наприклад жіночої від чоловічої чи навпаки), а й різноманітність долучення їх до соціокультурного життя та професійної діяльності.

Різноаспектний аналіз наукової літератури доводить, що вітчизняні дослідження минулих років, по-перше, вивчали проблему статі переважно на локальному рівні (місто, регіон, країна). По-друге, недостатньо уваги приділялося дослідженню ролі чоловіків і жінок як історичних суб'єктів, активних учасників соціокультурного та соціокомунікативного життя суспільства, а також маскулінізму-фемінізму як цілісної системи, в якій усі суб'єктно-об'єктні складові взаємопов'язані і взаємозумовлені.

В українському науковому просторі, на нашу думку, слід методологічно осмислити участь осіб чоловічої і жіночої статей у розбудові бібліотечно-інформаційної сфери на одному рівні водночас з питаннями демократизації суспільства. Цей феномен слід методологічно осмислити на одному рівні з питаннями демократизації суспільства. Здійснення гендерних досліджень — це погляд з майбутнього на обласшованість бібліотечної діяльності в сучасному суспільстві, гармонійну співпрацю чоловіків і жінок.

**Висновки.** Методологія гендерного підходу дозволяє осмислити закономірності взаємозв'язків, співпраці професіоналів бібліотечної сфери (практичної, наукової, управлінської, освітньої) як цілісної системи. Розгляд системи передбачає детальне вивчення специфічних ознак професійного сегмента бібліотечного соціального інституту за статевою ознакою.

Перспективи гендерних досліджень у бібліотекознавстві, на нашу думку, пов'язані з вивченням зовнішнього середовища бібліотечного соціального інституту, зокрема користувачів бібліотеки, розглянутих у контексті загального, особливого й одиничного за статевою ознакою в соціокомунікаційному і соціокультурному контекстах, що

має забезпечити єдність (цілісність) бібліотечно-комунікаційного простору регіону, країни, світу.

Гендерна проблема в бібліотекознавстві характеризується, з одного боку, комплексністю, з іншого — специфічністю, що й пояснює системність і різноплановість наукового аналізу. Об'єктом гендерних бібліотекознавчих досліджень є особи чоловічої і жіночої статей, котрі працюють у бібліотечній сфері і перебувають у системному комунікаційному зв'язку для досягнення її головної мети на засадах партнерства. Серед основних суб'єктів діяльності — бібліотечні фахівці й користувачі бібліотеки.

Специфічним предметом гендерних бібліотекознавчих досліджень може бути вивчення чоловічих і жіночих особливостей бібліотечних професіоналів та користувачів бібліотеки, специфіки їх мислення, поведінки мови, психології, гендерних культурних стереотипів, ролей і відносин, зв'язків статевої гендерної ідентичності й соціальної поведінки, участі в бібліотечній діяльності. До предметного поля гендерних бібліотекознавчих досліджень можна також долучити наукове обґрунтування загального (надстатевого) й особливого (маскулінного і фемінного) в бібліотечній науці, практиці, освіті й управлінні як перспективного напрямку соціального (професійного) партнерства чоловіків і жінок, єдність протилежностей, що сприятиме ефективному розвитку бібліотечної справи в сучасному суспільстві.

### Список використаних джерел

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. — Київ ; Ірпінь : Перун, 2005. — 1728 с.
2. Великие люди — библиотекари : от А до Я / сост. Е. И. Полтавская ; под ред. Ю. Н. Столярова. — М. : Шк. б-ка, 2005. — 160 : ил.
3. Гулина Е. Ю. Библиотечная профессия как ключевой фактор подготовки библиотечно-информационных специалистов : гендерный аспект : автореф. дис. ... канд. пед. наук : спец. 05.25.03 «Библиотековедение, библиографоведение и книговедение» / Е. Ю. Гулина ; Самар. гос. акад. культуры и искусств. — Самара, 2009. — 21 с.
4. Коленко Л. В. Библиотечный коллектив : гендерный ракурс : научно-практ. пособие / Л. В. Коленко, И. О. Шумилова. — М. : Либерея-библинформ, 2010. — 80 с.
5. Кушнарченко Н. М. Вища бібліотечна освіта України в контексті гендерного підходу / Н. М. Кушнарченко // Вісн. Харків. держ. акад. культури і зб. наук. пр. — Харків, 2014. — Вип. 43. — С. 69–79.
6. Олзоева Г. К. Феминизация библиотечного дела : за и против / Г. К. Олзоева // Библиотековедение. — 2001. — № 5. — С. 18–19.
7. Осаула В. Гендерна метаморфоза в бібліотечній справі / Володимир Осаула // Вісн. Кн. палати. — 2006. — № 12. — С. 28–29.
8. Осаула В. Типи і роль співробітників-чоловіків у бібліотеках у сучасних умовах / Володимир Осаула // Бібл. форум України. — 2006. — № 4. — С. 42–44.

9. Сокольская Л. В. Библиотечная стезя пол сильный редко привлекала?... или К проблеме феминизации профессии / Лэся Васильевна Сокольская // Библ. дьело. — 2008. — № 20. — С. 8–11.
10. Солоненко Л. В. О необходимости проведения гендерных исследований / Л. В. Солоненко // Библиотекосведение. — 1997. — № 2. — С. 58–67.
11. Сучасний словник іншомовних слів / уклад. Нечволод Л. І. — Харків : ТОРСУНГ ПЛЮС, 2007. — 768 с.

### References

1. Velykyi tlumachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy (z dod. i dopov.) / uklad. i holov. red. V. T. Busel. — Kyiv ; Irpin : Perun, 2005. — 1728 s.
2. Velikiye lyudi — bibliotekari : ot A do Ya / sost. Ye. I. Poltavskaya ; pod red. Yu. N. Stolyarova. — M. : Shk. b-ka, 2005. — 160 : il.
3. Gulina Ye. Yu. Bibliotchnaya professiya kak klyuchevoy faktor podgotovki bibliotchno-informatsionnykh spetsialistov : gendernyi aspekt : avtoref. dis. ... kand. ped. nauk : spets. 05.25.03 «Bibliotekovedeniye, bibliografovedeniye i knigovedeniye» / Ye. Yu. Gulina ; Samar. gos. akad. kul'tury i iskusstv. — Samara, 2009. — 21 s.
4. Kolenko L. V. Bibliotchnyi kollektiv : gendernyi rakurs : nauchno-prakt. posobiye / L. V. Kolenko, I. O. Shumilova. — M. : Libereya–bibinform, 2010. — 80 s.
5. Kushnarenko N. M. Vyshcha bibliotchna osvita Ukrainy v konteksti hendernoho pidkholu / N. M. Kushnarenko // Visn. Kharkiv. derzh. akad. kul'tury : zb. nauk. pr. — Kharkiv, 2014. — Vyp. 43. — S. 69–79.
6. Olzoyeva G. K. Feminizatsiya bibliotchnogo dela : za i protiv / G. K. Olzoyeva // Bibliotekovedeniye. — 2001. — № 5. — S. 18–19.
7. Osaula V. Henderna metamorfoza v bibliotchnii spravi / Volodymyr Osaula // Visn. Kn. palaty. — 2006. — № 12. — S. 28–29.
8. Osaula V. Typy i rol spivrobotnykiv–cholovikiv u bibliotekakh u suchasnykh umovakh / Volodymyr Osaula // Bibl. forum Ukrainy. — 2006. — № 4. — S. 42–44.
9. Sokolskaya L. V. Bibliotchnaya stezya pol silnyi redko privlekala?... ili K probleme feminizatsii professii / Lesya Vasilyevna Sokolskaya // Bibl. dielo. — 2008. — № 20. — S. 8–11.
10. Solonenko L. V. O neobkhodimosti provedeniya gendernykh issledovaniy / L. V. Solonenko // Bibliotekovedeniye. — 1997. — № 2. — S. 58–67.
11. Suchasnyi slovnyk inshomovnykh sliv / uklad. Nechvold L. I. — Kharkiv : TORSUNH PLIUS, 2007. — 768 s.

UDC 305:02

## GENDER-BASED APPROACH IN LIBRARY SCIENCE: THEORETICAL AND METHDOLOGICAL DISCOURSE

**Kushnarenko N. M.**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**The aim** of this paper is to examine the use of theoretical and methodological foundations of cognitive capacity of a gender-based approach in the research in the sphere of library sciences.

**Research methodology.** The author examines the features of library activities of men and women on the methodological basis of the gender-based approach.

**Results.** The concept of gender has a double meaning. Firstly, there is a difference between men and women concerning their anatomical features; secondly, there is a social distinction often based on sex differences but not necessarily identical with it. The second meaning has a priority for library research.

The gender-based approach allows us to consider sex differences, correlation, relationship between men and women, their impact on the effectiveness of political, economic, scientific, educational, cultural, art, library and other kinds of activities. It promotes the scientific explanation of such objective phenomena as masculinization and feminization of library and information sphere.

The specific subject of gender library research is to study the characteristics of male and female library staff and users, the specific character of their thinking, behavior, language, psychology, participation in library activities, cultural gender stereotypes, roles and relationship, interrelation between sexual gender identity and social behavior.

The subject field of gender library research may also include scientific justification of general (unsexual) and special (masculine and feminine) in library science, practice, education and management as a kind of a guide for the prospects of social (professional) partnership between men and women as a unity of opposites promoting the effective development of librarianship.

**Novelty.** The author has examined the theoretical and methodological foundations of the gender approach in library science.

**The practical significance.** The information contained in this paper may be useful for improving the climate in a mixed library staff.

**Key words:** *library science, librarianship, gender-based approach, masculinization, feminization.*

Надійшла до редколегії 04.02.2015 р.

УДК 005.53

**І. О. Давидова**, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, Харківська державна академія культури, м. Харків

## **ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

Проаналізовано інформаційну складову процесу прийняття управлінських рішень. Висвітлено питання, пов'язані з інформаційним характером процесу вироблення і прийняття рішень, визначенням суб'єктів і об'єктів управління, налагодженням системи комунікації в процесі прийняття управлінських рішень. Управлінське рішення розглянуто як процес, який реалізується суб'єктом управління і визначає дії, спрямовані на вирішення поставленого завдання в наявній чи спроектованій ситуації.

**Ключові слова:** *управлінське рішення, інформаційне забезпечення, інформаційний менеджмент.*

**И. А. Давыдова**, доктор наук по социальным коммуникациям, профессор, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

## **ІНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В СИСТЕМЕ ИНФОРМАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

Проанализирована информационная составляющая процесса принятия управленческих решений. Освещены вопросы, связанные с информационным характером процесса выработки и принятия решений, определением субъектов и объектов управления, созданием системы коммуникации в процессе принятия управленческих решений. Управленческое решение рассматривается как процесс, который реализуется субъектом управления и определяет действия, направленные на решение поставленных задач в реальной или смоделированной ситуации.

**Ключевые слова:** *управленческое решение, информационное обеспечение, информационный менеджмент.*

**I. O. Davydova**, Doctor of Science in Social Communications, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

## **INFORMATION SUPPORT OF MANAGERIAL DECISIONS IN THE INFORMATION MANAGEMENT SYSTEM**

The information component of managerial decisions is analyzed. The paper covers a range of issues dealing with the informative nature of the decision-making process as well as defining the subjects and objects of management and establishing the system of communication in the managerial decision-making. The managerial decision is analyzed as a process which is implemented by the management subject and defines actions aimed at solving the tasks in real or simulated situations.

**Key words:** *managerial decision, information software, information management.*

Стратегічне завдання інформаційного менеджменту — надання інформації для прийняття ефективних управлінських рішень на рівні



як держави, так і окремої установи. Важливість прийняття управлінських рішень на державному рівні полягає в належності їх до всього суспільства або найважливіших його сфер, здатності регулювати поведінку як соціальних груп, так і окремих громадян. Результати управлінських рішень на державному рівні стосуються інтересів та впливають на життя великих спільнот, суспільства загалом, на рівні установи — зумовлюють її ефективний розвиток. Підвищення результативності підготовки, прийняття та реалізації управлінських рішень потребує теоретичного обґрунтування системи їх інформаційного забезпечення.

**Мета** статті — проаналізувати інформаційну складову процесу прийняття управлінських рішень, розглянути процес інформаційного забезпечення управлінських рішень у системі інформаційного менеджменту.

Процес вироблення і прийняття рішень у системі управління по суті є інформаційним. Рішення — це інформація, спеціально зібрана, проаналізована й опрацьована суб'єктом управління; має інформаційну суть, причому являє собою констатацію нинішнього стану системи, синтез інформації, актуальної на сьогоднішній день, з інформацією про майбутнє, яке виражене в меті, поставленій перед системою.

У наукових дослідженнях з питань менеджменту класичними для розуміння сутності управлінських рішень є праці таких видатних менеджерів, як Р. Л. Дафт, П. Друкер, М. Х. Мескон [3; 4; 7]. У вітчизняній літературі існують кілька підходів до вивчення процесу прийняття рішення, найповніше і найточніше вони висвітлені Є. П. Голубковим, В. А. Василенко, Н. Л. Карданською, В. С. Сухарським [1; 2; 3]. В умовах інформатизації суспільства, яка виявляється передусім у значному збільшенні потоків і масивів інформації, що циркулюють у соціумі та його підсистемах, підході до інформації як окремому виду ресурсів, який забезпечує ефективність діяльності соціокомунікаційних установ суспільства, актуальними є питання інформаційного менеджменту, що набули висвітлення в працях Р. С. Гіляревського, В. О. Ільганаєвої, О. В. Матвієнко, М. Н. Цивіна [6; 8].

Управління як державою, так і окремою установою, підприємством завжди здійснюється з метою досягнення певних цілей, реалізація яких забезпечується завдяки прийняттю і виконанню численних управлінських рішень. Останні характеризуються спрямованістю на вирішення стратегічних і тактичних завдань, належністю до системи управлінсько-комунікаційних відносин, оформленням як нормативно-правових актів, програмно-цілевих документів

або організаційно-розпорядчих рішень, формуванням на їх основі управлінських впливів, обов'язковістю виконання всіма зазначеними в них органами державної влади, підприємствами, організаціями, установами й особами.

Розробка та прийняття управлінських рішень — це багатосторонній організаційний процес, який має складні прямі й зворотні зв'язки і характеризується поєднанням інтелектуальної діяльності багатьох членів організації із застосуванням різноманітних моделей, методів і способів збирання інформації [1]. У науковій літературі подане як розширене, так і вузьке розуміння процесу прийняття рішень в управлінні. Розширене є не тільки процесом прийняття рішень, але і виконанням та контролем результатів його реалізації. Вузьке розуміння — це процес, який починається з констатації виникнення проблеми та завершується вибором дії, що спрямована на її усунення. Управлінські рішення та відповідні управлінські дії — основний результат, квінтесенція управлінської діяльності. Таким чином, управлінське рішення — це процес, який реалізується суб'єктом управління і визначає дії, спрямовані на вирішення поставленого завдання в наявній чи спроектованій ситуації.

В умовах розвитку демократичного суспільства та становлення ринкової економіки питання інформаційного забезпечення управлінських рішень на всіх етапах від прийняття, розробки до реалізації набувають особливої актуальності. Управлінське рішення розглядається як процес вироблення та реалізації раціонального варіанта вирішення проблеми чи завдання, який здійснюється на засадах максимально повного забезпечення інформацією.

Управлінське рішення відіграє особливу функціональну роль завдяки процесам їх прийняття та реалізації, поряд зі збором, накопиченням, обробкою, збереженням і передачею інформації, яка необхідна для здійснення управління. Інформаційні процеси — фундаментальна детермінанта ефективних управлінських рішень, спрямованих на задоволення суспільних та індивідуальних інтересів суб'єктів управління. Інформаційний менеджер відповідає за збір, обробку, збереження та подання інформації на всіх етапах прийняття управлінського рішення, яке є завершальним етапом управлінського процесу.

Інформаційне забезпечення рішення є важливим спрямовуючим і організуючим фактором діяльності суб'єкта й об'єкта управління. Суб'єкт управлінського рішення — це індивід, наділений відповідними повноваженнями, на якого покладається адміністративна або юридична відповідальність за прийняті організаційно-господарські

рішення; крім вище зазначеного, це — особа з особистісними характеристиками такими як політичні й ідеологічні цінності, схильність до ризику або авторитарності, минулий господарський досвід тощо. Суб'єкт управління, виробляючи управлінські рішення, передає їх об'єктові управління, оформлюючи інформацію як організаційно-розпорядчі документи (положення, інструкції, правила, накази, постанови, рішення та ін.). Таким чином, управління, як процес планування, організації, мотивації і контролю, передбачає наявність і єдність двох підсистем — керованої і керівної. Взаємодія об'єкта і суб'єкта управління — це передусім інформаційно-комунікаційна взаємодія, в якій система створює команди управління для підтримання життєдіяльності й виконання поставлених перед нею цілей та потребує зворотного зв'язку — надходження інформації про результати.

Для ефективного результату в процесі управління важливе значення має усна і письмова комунікація між суб'єктом і об'єктом, однак для більшості процесів управління важливою є наявність інформації, закріпленої на матеріальному носіїві. Ефективність інформаційної взаємодії між суб'єктом і об'єктом управління суттєво впливає на прийняття оптимального управлінського рішення, яке можливе внаслідок всестороннього аналізу процесів і проблем виробничо-господарської, збутової, фінансової та інших видів діяльності з орієнтацією на інтереси, стратегічні цілі організації.

Структура управління соціокультурною установою традиційно поділяється на три рівні: операційний, функціональний (тактичний) та стратегічний. Перша група — менеджери стратегічного рівня (генеральні директори, директори, їх заступники, головні адміністратори), котрі забезпечують управлінські рішення, спрямовані на досягнення довгострокових, стратегічних цілей установи. Особливе значення на цьому рівні має така функція управління, як стратегічне планування. Творчий елемент їх роботи максимальний, а рутинний зміст — мінімальний. Ці працівники відповідальні за прийняття рішень і є основними користувачами узагальнених інформаційно-аналітичних ресурсів організації.

Діяльність керівника значною мірою залежить від стилю керівництва, ступеня знання причин і наслідків, чіткого розуміння взаємозв'язків обсягу наявної інформації. Основна комунікаційна форма діяльності керівника — ділове спілкування. Для керівника характерний такий розподіл часу протягом дня: ділові контакти — 47%, робота з документами — 29%, телефонні переговори — 9%, від'їждження (поїздки) — 6%, аналіз проблем і прийняття рішень — 4%, інше — 5%.

Друга група — це спеціалісти тактичного рівня управління (начальники служб, відділів, функціональних підрозділів), котрі забезпечують вирішення завдань, що потребують попереднього аналізу інформації, яка готується на операційному рівні (даних статистики, звітів тощо). Вони приймають поточні рішення і формують інтелектуальний базис установи. Для спеціалістів тактичного рівня характерний такий розподіл часу протягом робочого дня: ділові контакти — 23%, робота з документами — 42%, телефонні переговори — 17%, аналітична робота — 12%, інше — 6%. Ефективність функціонування установи переважно визначається продуктивністю діяльності спеціалістів, особливо в питаннях створення нової інформації. Спеціалісти забезпечують практично всю інформаційну підготовку для прийняття рішення керівником, є основними виконавцями документів, визначають їх якість. Частка рутинної роботи різна і при раціональній технології має бути незначною.

Третя група — працівники операційного рівня (інженери, відповідальні виконавці, техніки, начальники груп тощо), робота яких регламентована, а головним завданням є оперативне реагування на зміни поточної ситуації. До цієї групи також належать працівники, корі мають суто виробничі навички (лаборанти, друкарки, оператори). Основний критерій продуктивності їх роботи — оперативність і своєчасність опрацювання інформації. Найполіфункціональнішими працівниками є секретарі, офіс-менеджери, референти, котрі готують листи, накази, розпорядження, копіюють і розсилають документи, ведуть файли документів, здійснюють телефонні контакти, планують зустрічі й поїздки, організують інформаційний супровід діяльності своїх керівників. Для цієї групи працівників характерний такий розподіл часу: робота з документами — 69%, телефонні переговори — 20%, ведення обліку — 6%, інше — 5%.

Проблемна ситуація виникає в разі відхилення від заданих параметрів діяльності керованих об'єктів чи підлеглих керуючих компонентів (органів, посадових осіб, учасників управлінських процесів). У такому разі виникають сумніви щодо можливості досягнення поставлених цілей, особливо коли йдеться про взаємозалежну, кооперовану діяльність. Саме тому виникає об'єктивна необхідність зміни заданих раніше цілей і параметрів діяльності. Проблемна ситуація зумовлюється діалектикою життя, неузгодженістю між стабільністю й мінливістю, старим та новим. Слід правильно визначити необхідну інформацію стосовно змісту проблеми, обставин і причин, що її зумовлюють, глибинного та суспільного значення, виокремити джерела і фактори позитивного вирішення.

Із цією метою керівники всіх рівнів управління опрацьовують значний обсяг інформації, оскільки інформаційна діяльність супроводжує всі етапи підготовки та прийняття управлінських рішень. В інформаційному сенсі проблемна ситуація ґрунтується на первинних, фактологічних відомостях і даних, оскільки кожен рівень обробки інформації суб'єктивно змінює її й передає в дещо узагальненішому вигляді, в результаті чого ситуація під час ухвалення управлінського рішення сприймається дещо іншою, ніж вона є насправді. Вирішення проблемної ситуації потребує гранично точної, своєчасної і повної фактологічної інформації [3]. Так, *етап підготовки управлінського рішення* спрямований на аналіз умов виникнення ситуації, яка потребує його прийняття; визначення однієї або кількох цілей; збирання й аналіз інформації про завдання, яке підлягає вирішенню; визначення, прогнозування розвитку ситуації та проблем; генерування варіантів можливих управлінських рішень; виявлення й оцінювання альтернатив, закладених у розроблених методах менеджменту; формування критеріїв і вибір ефективних варіантів управлінських рішень.

*Етап прийняття та реалізації управлінського рішення* охоплює процеси прийняття рішення (вибір одного варіанта дій); доведення управлінських рішень до виконавців; складання плану реалізації управлінських рішень; організацію виконання управлінських рішень; контроль за виконанням управлінського рішення; аналіз та оцінку прийнятого рішення щодо відповідальності поставленим цілям; контроль результатів [1].

Інформаційна складова управлінських рішень виконує такі функції:

- спрямовуючу — надає інформацію про цілі та завдання функціонування системи управління;
- забезпечувальну — визначає способи, сили і засоби, які гарантують виконання певного рішення і зможливаються функціонування системи управління в окресленому напрямі й заданому режимі;
- координаційну — визначає послідовність узгодження діяльності системно-структурних елементів (службовці, підрозділи, організації тощо) в процесі виконання певного рішення і правовий режим цієї діяльності;
- стимулюючу, тобто визначає такі умови, за яких повністю розкриваються і розвиваються здібності працівників під час виконання конкретних службових завдань;
- комунікаційну — сприяє активізації процесів передачі інформації від суб'єкта до об'єкта управління.

Таким чином, інформаційний супровід управлінського рішення є важливим на всіх етапах алгоритму його прийняття і впровадження, до яких належать: підготовка управлінського рішення, що охоплює ідентифікацію і визначення проблеми; забезпечення необхідною інформацією, генерування альтернативних варіантів, визначення критеріїв, аналіз можливих наслідків; прийняття і реалізація управлінського рішення, які передбачають прийняття (вибір) рішення, організацію його виконання, доведення управлінських рішень до виконавців, контроль, оцінку рішення та отриманих результатів.

Безперечно, такий поділ є умовним. Але вже на початковому етапі процесу підготовки управлінського рішення виникає необхідність збирання й аналізу інформації. Процес розробки та прийняття рішень є, по суті, інформаційним, оскільки базується на збиранні й обробці різноманітних даних і знань із застосуванням багатьох комунікаційних каналів — формальних та неформальних, друкованих, електронних.

На ефективність інформаційного супроводу управлінських рішень впливають також особисті якості менеджера, що є одним з найважливіших факторів. Незалежно від того, як менеджери приймають рішення і відповідають за них, вони повинні мати здібності до того, щоб приймати правильні рішення. Так у цьому разі особливе значення мають рівень інформаційної й комунікаційної компетентності менеджера; комунікативна політика організації — наявність розгалуженої системи комунікацій, інформаційної системи управління й обслуговування, які суттєво впливають на прийняття того чи іншого рішення.

Крім того, на процес прийняття управлінських рішень впливають такі фактори, як особисті якості (освіта, знання, вік, досвід, характер тощо), поведінка менеджера (звички, психологія, інформаційно-комунікаційна культура тощо). Рішення можуть прийматися в умовах невизначеності (керівник усвідомлює очікувані наслідки реалізації всіх можливих альтернативних рішень), певного ризику (менеджерові відомі ймовірні результати реалізації кожної альтернативи) або повної невизначеності в ситуації, коли неможливо передбачити можливі наслідки реалізації будь-яких альтернативних рішень. Важливе значення має і час, який відведено менеджером для збору й аналізу інформації. На практиці більшість керівників не мають можливості проаналізувати всі можливі альтернативи, відчуваючи дефіцит часу. Суттєвим фактором зниження ступеня ризику є сприятливі інформаційні умови прийняття рішень. Ефективність управлінських рішень суттєво знижується в умовах інформаційних обмежень, що

можуть бути зумовлені збільшенням витрат на отримання додаткової інформації, неефективною системою комунікацій і обмеженістю в можливості застосування сучасних технічних засобів.

Діяльність у галузі інформаційного менеджменту пов'язана з проведенням таких видів робіт:

- виявлення управлінських завдань, які вирішуються як на рівні всієї організації, так і кожного з її підрозділів;
- оцінка значущості окремих напрямів діяльності організації на певних етапах її розвитку;
- уточнення складу, обсягу і структури інформаційних матеріалів, необхідних для забезпечення управлінських рішень.

Специфіка інформаційного менеджменту в системі управління потребує системного підходу не тільки до аналізу первинної інформації, а й до її узагальнення відповідно до певних етапів управлінського рішення, структури органів управління, попереднього досвіду вирішення проблемних ситуацій.

Управлінське рішення є завершальним результатом підготовчої інформаційної роботи, тому питання його інформаційного змісту — одне з головних. Управлінське рішення за спрямованістю інформації, що міститься в ньому, має бути аналітичним документом з певного питання, яке необхідно розглядати, тобто надавати управлінську оцінку стану справ та визначати напрями і засоби конкретного впливу щодо переведення його на новий рівень, а також містити інформацію про відповідні матеріальні, фінансові, трудові й інші ресурси, що забезпечують передбачувані зміни.

Забезпечення повноти інформації щодо вирішення конкретного питання є одним з дієвих засобів підвищення раціональності управління. Інформаційна складова наявна і на етапі реалізації управлінських рішень, оскільки безпосередньо фіксує його результати. Важливішими є такі моменти: забезпечення оперативності передачі інформації, що викладена в управлінському рішенні, та її ідентичності; роз'яснення, коментування інформації, що виражена у відповідному управлінському рішенні, налагодження ефективної комунікації з виконавцями рішень; організація зворотних інформаційних зв'язків, оперативного інформаційного контролю, що дозволяють вчасно й об'єктивно дізнаватися про те, як відбулася передача інформації, як вона збереглася і розуміється, як сприйнята, засвоєна і прийнята до виконання.

Дієвість інформаційно-аналітичного забезпечення прийняття та реалізації управлінських рішень досягається за умов зростання гнучкості системи інформаційного управління, готовності її до змін як на стадії розробки стратегії, так і на етапі її реалізації.

### Список використаних джерел

1. Голубков Е. П. Технологія прийняття управлінських рішень / Е. П. Голубков. — Київ : «Справа і Сервіс», 2005. — 544 с.
2. Василенко В. А. Теорія і практика розробки управлінських рішень / В. А. Василенко. — Київ : ЦУЛ, 2002. — 420 с.
3. Дафт Р. Менеджмент / Р. Дафт : пер. з англ., 6-е изд. — СПб. : Питер, 2004. — 864 с.
4. Друкер П. Ф. Ефективний керівник / П. Ф. Друкер ; пер. з англ. — М. : ТОВ «І. Д. Вільямс», 2007. — 224 с.
5. Карданская Н. Л. Основы принятия управленческих решений / Н. Л. Карданская. — М., 1998. — 358с.
6. Матвієнко О. Інформаційний менеджмент: аналіз предметного поля / О. Матвієнко // Вісн. Кн. палати. — 2004. — № 8. — С. 13–17.
7. Мескон М. Х. Основы менеджменту / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури : пер. з англ. — М. : «Справа», 1992. — 704 с.
8. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник. — Харків : КП «Городская типография», 2009. — С. 133.
9. Фатхутдинов Р. А. Разработка управленческого решения / Р. А. Фатхутдинов. — М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1997. — 208 с.

### References

1. Holubkov E. P. Tekhnolohiia pryiniattia upravlinskykh rishen / E. P. Holubkov. — Kyiv: «Sprava i Servis», 2005. — 544 s.
2. Vasilenko V. A. Teoriia i praktyka rozrobky upravlinskykh rishen / V. A. Vasilenko. — Kyiv: TsUL, 2002. — 420 s.
3. Daft R. Menedzhment / R. Daft: per. s angl., 6-e izd. — SPb. : Piter, 2004. — 864 s.
4. Drucker Peter Ferdinand. Efektyvnyi kerivnyk / Peter Ferdinand Drucker: per. z anhl. — M. : TOV «I. D. Viliams», 2007. — 224 s.
5. Kardanskaya N. L. Osnovy prinyatiya upravlencheskikh resheniy / N. L. Kardanskaya. — M., 1998. — 358s.
6. Matviienko O. Informatsiinyi menedzhment: analiz predmetnoho polia / O. Matviienko // Visn. Kn. palaty. — 2004. — № 8. — S. 13–17.
7. Meskon M. Kh. Osnovy menedzhmentu / M. Kh. Meskon, M. Albert, F. Khedoury: per. z anhl. — M. : «Sprava», 1992. — 704 s.
8. Sotsialnye kommunikatsii (teoriya, metodologiya, deyatelnost): slovar-spravochnik. — Kharkiv: KP «Gorodskaya tipografiya», 2009. — s. 133.
9. Fatkhutdinov R. A. Razrabotka upravlencheskogo resheniya / R. A. Fatkhutdinov. — M. : ZAO «Biznes-shkola «Intel-Sintez», 1997. — 208 s.



UDC 005.53

**Davydova I. O.** Doctor of Science in Social Communications, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

## **INFORMATION SUPPORT OF MANAGERIAL DECISION IN THE INFORMATION MANAGEMENT SYSTEM**

**The aim** of the paper is to analyze the information component of managerial decision as well as to consider the process of information support of managerial decision in an information management system.

**Research methodology.** The paper covers a range of issues dealing with the informative nature of the process of decision-making as well as defining the subjects and objects of management and establishing the system of communication in the managerial decision.

**Results.** The managerial decision is analyzed as a process implemented by the management subject and defines actions aimed at solving the tasks in real or simulated situations. Managerial decision is carried out on the basis of full information support. The interaction of the subject and object management is considered as primarily information and communication interaction. Its effectiveness significantly influences proper managerial decision. The information component of managerial decision fulfills directive, supporting, coordinating, stimulating, communicative functions.

**Novelty.** An attempt is made in this paper to show the effectiveness of information and analytical support of the managerial decision. It is carried out in the context of the flexibility of information management system as well as its readiness for the changes both at the level of strategy development and at the level of its implementation.

**The practical significance.** This paper is recommended for the top executives at various levels of management, information analysts and managers.

Надійшла до редколегії 18.03.2015 р.

УДК 316.77 : 82

**О. Л. Біличенко**, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, Донбаський державний педагогічний університет, м. Слов'янськ

## **ЛИТЕРАТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТ ЗАГАЛЬНОЇ ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Досліджено особливості соціокомунікаційного підходу до проблем художньої літератури та літературної комунікації. Доведено, що визначення літератури як сукупності архетекстів є занадто обмеженим змістовно й пізнавально, що внеможливіє зрозуміти її феномен, оскільки застосовується до відносно обмеженої кількості творів і не охоплює значної кількості форм та функцій «маси письменства», яке формує літературну культуру окремих епох; не зважає на різноманітні змішані й межові явища, на т. зв. друго- і третьорядну літературу, спрямовану на читачів з обмеженою компетенцією, потребами й несформованим естетичним смаком.

**Ключові слова:** *соціальні комунікації, художня література.*

**О. Л. Беличенко**, доктор наук по социальным коммуникациям, доцент, Донбасский государственный педагогический университет, г. Славянск

## **ЛИТЕРАТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ОБЪЕКТ ОБЩЕЙ ТЕОРИИ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Исследованы особенности социокоммуникационного подхода к проблемам художественной литературы и литературной коммуникации. Доказано, что определение литературы как совокупности архетекстов является слишком узким содержательно и познавательно, что не дает возможности осмыслить ее феномен в широком понимании, поскольку применяется к относительно ограниченному количеству произведений и не охватывает значительного количества форм и функций «объема произведений», который формирует литературную культуру отдельных эпох; не учитывает разнообразные смешанные и пограничные явления, так называемую второ-, и третьеразрядную литературу, рассчитанную на читателей с ограниченной компетенцией, требованиями и несформированным эстетическим вкусом.

**Ключевые слова:** *социальные коммуникации, художественная литература.*

**O. L. Bilychenko**, Doctor of Science in Social Communications, Donbass State Pedagogical University, Sloviansk

## **LITERARY COMMUNICATION AS AN OBJECT OF GENERAL THEORY OF SOCIAL COMMUNICATIONS**

The article investigates the features of social and communicative approach to the problems of fiction and literary communication. The author proves that definition of literature as the whole of architexts is substantially and informatively too narrow that doesn't enable to comprehend its phenomenon in a wide sense as it is applied to quite limited quantity of works and does not cover significant amount of form and functions of "the volume of works" which forms literary culture of different eras. It does not consider various mixed and boundary phenomena, the so-called second- and the third-rate literature intended for the readers with limited competence, requirements and unshaped aesthetic taste.

**Key words:** *social communication, literature fiction.*

**Постановка проблеми.** Визначення літератури як сукупності архетекстів є надто вузьким змістовно й пізнавально, що не надає змоги досягнути її феномен у широкому розумінні, оскільки застосовується до відносно обмеженої кількості творів і не охоплює значної кількості форм та функцій «маси письменства», яке формує літературну культуру окремих епох. Воно не враховує різноманітні змішані й межові явища, не зважає на так звану другорядну літературу, спрямовану на читачів з обмеженою компетенцією, потребами й неформованим естетичним смаком.

Читач, сприймаючи та інтерпретуючи текст, долучається до «великого діалогу» культур. У цьому разі комунікативний процес — це пізнання художнього світу письменника, діалог із його ціннісними смислами, усвідомлення його світовідчуття. Текст є текстом культури, в якому відбувається в цьому просторі культури. Читач досягає духовну атмосферу культурної епохи й авторську модель світу.

Проте, на нашу думку, відповідно до схеми комунікативного зв'язку, не враховано того, що в реальності ці відносини не обмежуються трьома етапами і мають зв'язки в сучасності й минулому довіді літератури.

**Останні дослідження та публікації.** Особливу значущість означена проблема набуває в ситуації інтенсивної зміни текстів культури, яка була осмислена Ю. Лотманом як когнітивно-інформаційна метаморфоза диверсифікації та подрібнення семіотичного коду культури і відбилася в певних пов'язаних між собою когнітивних механізмах (трансформаціях) [5].

В. Ільганаєва зазначила, що багатоманітність об'єктів, які взаємодіють, створює складні системи: структурні, функціональні, координаційні, каналні, змістовно-сміслові прояви, схеми та рівні, що зумовлюють різноманітність і утворюють численні об'єктно-предметні поля досліджень [7, с. 117].

Сучасні теоретики, зокрема В. Буряк, по-новому розглядають такі поняття, як «літературна комунікація», «художній твір», «текст», «читач», «оповідач». В основі більшості сучасних досліджень — естетика Г. Ортеги-і-Гассета, яка започаткувала т. зв. теорію уявності літературної комунікації і розуміння читання як співчуття творові художньої літератури [6].

Оскільки літературна комунікація є складовою соціальної комунікаційної системи, то літературно-критичні висловлювання, що розуміються як комунікативні дії, завжди стають залежними від певних політичних, економічних, соціальних і культурних умов, що визначає їх актуальність.

**Мета** статті — переконати, що саме методами соціальних комунікацій можна простежити наявність прямих і зворотних зв'язків у підсистемі «художня література», довівши, що продукт творчості письменника може бути водночас як носієм інформації, так і твором художньої літератури.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У процесі літературної комунікації виокремлюють певні етапи: передкомунікативний, комунікативний і посткомунікативний.

На першому етапі комунікації здійснюється підготовка до сприймання тексту: читач налаштовується, концентрує увагу, активізуються різні типи мислення й уяви. Реципієнт занурюється у свої думки, почуття, спогади. Про готовність особистості до комунікації свідчать самосвідомість і рефлексія.

Комунікативний етап починається з читання тексту. Відбувається первинне ознайомлення зі світом автора. У процесі читання здійснюється взаємозв'язок між експресією й імпресією, емоціями і когнітивною діяльністю. Читацьку реакцію багато в чому прогнозує письменник, що стає передумовою естетичного сприймання.

Для другого етапу важливою є рецептивно-емоційний аспект комунікації. З обміну емоціями, враженнями й думками починається майбутній діалог, який і буде третім етапом комунікації.

У визначеннях літературної комунікації не чітко розрізняють поняття «текст» і «твір», у ній наявний не твір художньої літератури, а текст, тому що у відносинах «текст — читач» немає зворотного зв'язку, умови читацької оцінки тексту.

Художня література долучена до такої складної системи зв'язків з різними сферами людської діяльності, насамперед з художньою та комунікаційною: людська діяльність — комунікаційна діяльність (література) — художній твір. Словесна художня діяльність як вид художньої діяльності відтворюється, фіксується в художній літературі — одному з каналів комунікації.

Для кожного рівня інформаційної взаємодії характерні специфічні концепції інформації, різні підходи до їх наукового опису. Інформаційна взаємодія може розглядатися як різновид соціально-комунікаційної взаємодії, що здійснюється через систему передачі повідомлень. У контексті теми статті — це художні образи та використання художньої літератури як соціокомунікаційного каналу. Інформаційна взаємодія передбачає джерело інформації (адресант), реципієнта інформації (адресат), засоби передачі, відомості, що цілеспрямовано передаються.

Літературна комунікація — це здійснення інтелектуально-творчого взаємозв'язку автора і реципієнта, передача останньому ху-

дожньої інформації, яка містить певне ставлення до світу, художню концепцію, сталі ціннісні орієнтири.

У процесі літературної комунікації в адресанта виникають три типи відносин: автор — дійсність; автор — реципієнт; автор — художній процес.

Текст літературно-художнього твору як феномен соціальних комунікацій і генератор знання має потужний інформаційний потенціал та відтворює взаємодію двох просторів — літературної культури й культури. Дослідження світу певної культури або субкультури як сукупності ціннісних орієнтацій і як способу людської поведінки в різних комунікаційних ситуаціях може здійснитися через звернення до літературних текстів, які репрезентують існування людини за допомогою мови літературної комунікації.

У процесі функціонування літературний текст набуває багатозначності, відтворюючи нові контексти повсякденної інтерсвідомості. Нові тексти, так само як і нові значення «старих», будучи включеними в циклічність смислів у культурі й підкорюючись її енергії, сприяють оновленню міжкультурної «мозаїки» знань і розширенню гіпертекстового простору культури.

У цьому контексті категорія комунікаційної діяльності в художньому розумінні є однією з найвиразніших категорій, яка значною мірою визначає соціум з інформаційної точки зору. Її різноманітні форми репрезентують свій інформаційний та енергетичний потенціал на рівні як жанрового «образу» текстів літературної культури, так і їхніх сюжетів та мотивів.

За цих умов межі між різними формами комунікаційної діяльності, які взаємно доповнюють одна одну, в текстах художньої літератури, як і в реальній дійсності, не існує. Проте за наявності інших форм переважає завжди одна з них, що надає змоги на теоретичному рівні розглядати комунікаційну діяльність у вигляді діалогічної, а тексти літературної культури співвідносити з певним типом комунікаційної ситуації або жанром інформаційного повідомлення в системі літературної комунікації.

Складовою системи літературної комунікації є літературна критика, яка пов'язана зі сферою розподілення, оскільки як інстанція, що опосередковує комунікацію автора і реципієнта, вона повинна зважати на принципову доступність читачам тих літературних текстів, які є об'єктом критики.

Підкреслюючи складність нинішніх процесів трансформації системи комунікації, що вплинули на зміни в літературному просторі, зазначимо, що головним результатом було значне розширення літературного комунікаційного простору, зникнення меж між офіційною

та неофіційною сферами літературної комунікації, відповідно — знищення монополії критики у визначенні меж і змістовного наповнення літературного процесу.

Зазначимо, що в інформаційному суспільстві об'єктивно змінюється значення знаків і систем, що їх утворюють. Літературна комунікація реінтерпретує дійсність, і достатньо часто саме вона стає визначальним елементом для масової свідомості.

Літературна комунікація має одну цікаву властивість: для звичайних видів зв'язку характерні тільки два типи відносин: повідомлення на вході й виході каналу зв'язку — збіг або незбіг. Незбіг — помилка — виникає внаслідок різноманітних обставин, які перешкоджають передачі.

Між розумінням і нерозумінням художнього тексту існує достатньо велика проміжна сфера. Відмінність у тлумаченні творів мистецтва — явище звичайне, органічно притаманне мистецтву. Саме із цією властивістю пов'язана здатність мистецтва контактувати з читачем та надавати йому саме ту інформацію, якої він потребує і до сприйняття якої підготовлений.

Той самий текст може на різних рівнях мати різні коди. Для здійснення акту літературної комунікації необхідно, щоб коди автора і читача утворювали численні структурні елементи, які перетинаються для того, щоб читачеві була зрозумілою природна мова, якою написано текст.

У схемі «літературна комунікація» наявний не художній твір, а текст. Відбувається це саме тому, що у відносинах «текст — читач» немає зворотного зв'язку, оскільки в них закладена умова читацької оцінки тексту. Це передбачає іншу схему, в якій текст замінено на твір, що має рівноправність. Наявність прямого і зворотного зв'язку в цій системі свідчить про те, що продукт творчості, будучи носієм інформації, стає художнім твором. Створення художнього тексту й подальше сприймання його реципієнтом є передачею художньої інформації.

Сприймання твору літератури — важливий елемент літературної комунікації. Вона здійснюється через розуміння смислу художнього твору, його прочитання в контексті епохи, історії, соціальної реальності, художньої культури, суспільної думки. Цей аспект літературної комунікації передбачає розуміння: історичної реальності, яка зображена автором; реальності, сучасної реципієнтові; автора, його особистості; суті того, що він хотів сказати, і того, що він сказав; смислу тексту художнього твору; духу культури, яка відображена в тексті, художньої концепції твору.

Літературна комунікація містить сприймання не тільки смислу художнього твору, але і його цінності, яка розкриває себе як значення твору для людства. Вона розглядається як спілкування в системі «текст — читач», а текст представлений як подія, що відбувається. Соціокомунікаційний підхід визначає текст як знакову систему — конструкцію літературного твору.

Мова літературної комунікації, таким чином, може бути визначена як мова створення, фіксації, збереження й засвоєння текстів літературної культури суб'єктами соціальної комунікації в соціальних просторі й часі.

Із позицій соціокомунікативістики текст художньої літератури може розглядатися як знакове оформлення комунікаційної ситуації між Автором і Читачем. Літературний текст потенційно містить різноманітні аспекти соціальної інформації, а саме: соціокультурне середовище — письменник, письменник — текст, текст — текст, письменник — літературні герої, літературні герої — літературні герої, літературні герої — читач, текст — читач, письменник — читач, читач — читач, читач — соціокультурне середовище.

Ефективність літературної комунікації з позицій загальної теорії соціальних комунікацій визначається наявністю в автора і реципієнта певної спільної системи образів — асоціації, яка надає змоги твору літератури зберігати своє конвенційно-інформативне значення. Вона створюється реальністю, належить до асоціативного фонду суспільства, культури. І автор, котрий створює асоціативний образ, і суб'єкт, який його сприймає, в акті літературної комунікації основиються на спільному соціально-комунікаційному фонді. Саме тому літературна комунікація є ефективною, забезпечує комунікаційний зв'язок між автором і його аудиторією.

**Висновки.** Таким чином, розгляд літератури та соціальних комунікацій як сторін одного явища, що формує інформаційний контекст існування суспільства загалом і конкретної людини зокрема, — це новий погляд на соціально-комунікаційну природу літератури, що відбиває формування теоретико-методологічних засад інтеграційного погляду на феномен художньої літератури як комунікаційного каналу.

### Список використаних джерел

1. Бахтин М. М. Автор и герой в эстетической деятельности / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. — М., 1979. — С. 9–191.
2. Буряк В. Д. Комунікація і текстовий дискурс / В. Д. Буряк // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — 2010. — № 3. — С. 4–7.
3. Буряк В. Д. Поетика інформаційно-художньої свідомості [Еволюція форм і методів вираження інформації (факту) в контексті інтелектуалізації творчої свідомості].

- мости] : монографія / Володимир Дмитрович Буряк. — Дніпропетровськ : Вид-во Дніпропетров. ун-ту, 2001. — 392 с.
4. Дубин Б. В. Интеллектуальные группы и символические формы : Очерки социологии современной культуры / Б. В. Дубин. — М. : Новое издательство, 2004. — 352 с.
  5. Лотман Ю. М. Структура художественного текста / Юрий Михайлович Лотман. — М. : Наука, 1970. — 271 с.
  6. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры / Х. Ортега-и-Гассет. — М. : Искусство, 1991. — 588 с.
  7. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник / сост. В. А. Ильганаева. — Харьков : КП «Городская типография», 2009. — 392 с.

### References

1. Bakhtin M. M. Avtor i geroy v esteticheskoy deyatelnosti / M. M. Bakhtin // Estetika slovesnogo tvorchestva / M. M. Bakhtin. — M., 1979. — S. 9–191.
2. Buriak V. D. Komunikatsiia i tekstovyi diskurs / V. D. Buriak // Derzhava ta rehiony. Seriia : Sotsialni komunikatsii. — 2010. — № 3. — S. 4 — 7.
3. Buriak V. D. Poetyka informatsiino-khudozhnoi svidomosti [Evoliutsiia form i metodiv vyrazhennia informatsii (faktu) v konteksti intelektualizatsii tvorchoi svidomosti] : monohrafiia / Volodymyr Dmytrovych Buriak. — Dnipropetrovsk : Vyd-vo Dnipropetrov. un-tu, 2001. — 392 s.
4. Dubin B. V. Intellektualnyye gruppy i simvolicheskiye formy : Ocherki sotsiologii sovremennoy kultury / B. V. Dubin. — M. : Novoye izdatelstvo, 2004. — 352 s.
5. Lotman Yu. M. Struktura khudozhestvennogo teksta / Yuriy Mikhaylovich Lotman. — M. : Nauka, 1970. — 271 s.
6. Ortega y Gasset José. Estetika. Filosofiya kultury / José Ortega y Gasset. — M. : Iskusstvo, 1991. — 588 s.
7. Sotsialnye kommunikatsii (teoriya, metodologiya, deyatelnost) : slovar — spravochnik / sost. V. A. Ilganaeva. — Kh. : KP «Gorodskaya tipografiya», 2009. — 392 s.



UDC 316.77 : 82

## LITERARY COMMUNICATION AS AN OBJECT OF GENERAL THEORY OF SOCIAL COMMUNICATIONS

**Bilychenko O. L.**, Doctor of Science in Social Communications, Associate Professor of the Department of General and Russian Linguistics and the Theory and History of Literature, Head of the Department of the Ukrainian Language and Literature, Donbass State Pedagogical University, Sloviansk

Olgabelichenko64@mail.ru

**The aim.** The article investigates the features of social and communicative approach to the problems of fiction and literary communication.

**Research methodology.** Communicative approach to the cognition of the art world of the writer, a dialogue with its valuable senses, awareness of its attitude is applied. A text is considered as a text of culture and dialogue is carried out in this culture space.

**Results.** The author proves that definition of literature as the whole of architexts is substantially and informatively too narrow that doesn't enable to comprehend its phenomenon in a wide sense as it is applied to quite limited quantity of works and does not cover significant amount of forms and functions of "the volume of works" which form literary culture of different eras. It does not consider various mixed and boundary phenomena, the so-called second- and the third-rate literature intended for the readers with limited competence, requirements and unshaped aesthetic taste.

**The practical significance.** The author considers that the study of literature and social communications as the aspects of one phenomenon that form information context of existence of society in general and the specific person in particular is a new view on the social and communication nature of literature that reflects formation of theoretical and methodological bases of an integrative view on the phenomenon of fiction as a communication channel.

**Novelty lies in the fact that the problem raised by the author does not often become the subject of scientific studies.**

**Key words:** *social communication, literature fiction.*

Надійшла до редколегії 04.03.2015 р.

UDC 021.64+ 621.39

**Аль Тавалбех Серхан Ахмед**, кандидат педагогічних наук, доцент,  
Аль-Хуссейн Бін Талал Університет, Йорданія

## **РОЗВИТОК БІБЛІОТЕК КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ, В УМОВАХ МІЖНАРОДНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ**

Досліджується вплив тенденцій міжнародного співробітництва в галузі цифрових бібліотек у країнах, що розвиваються. Аналізуються характерні ознаки інформаційного суспільства, зокрема інтенсивне поширення інформаційних, телекомунікаційних, інтернет-технологій у бібліотечній спільноті. Вивчено основні можливості міжнародного співробітництва для вдосконалення цифрових бібліотек у країнах, що розвиваються, на основі інтеграції мережевих та інтернет-технологій.

**Ключові слова:** міжнародне бібліотечне співробітництво, цифрові бібліотеки, країни, що розвиваються.

**Аль Тавалбех Серхан Ахмед**, кандидат педагогических наук, доцент,  
Аль-Хуссейн Бин Талал Университет, Иордания

## **РАЗВИТИЕ БИБЛИОТЕК РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА**

Исследуется влияние тенденций международного сотрудничества в области цифровых библиотек в развивающихся странах. Анализируются характерные черты информационного общества, в частности, интенсивное распространение информационных, телекоммуникационных, интернет-технологий в библиотечном сообществе. Изучены основные возможности международного сотрудничества для совершенствования цифровых библиотек в развивающихся странах на основе интеграции сетевых и интернет-технологий.

**Ключевые слова:** международное библиотечное сотрудничество, цифровые библиотеки, развивающиеся страны.

**Al Tawalbeh Serhan Ahmad**, PhD, Associate Professor, Al-Hussein Bin Talal University, Jordan

## **EVOLUTION OF LIBRARIES IN DEVELOPING COUNTRIES IN THE INTERNATIONAL INFORMATION SPACE**

This paper investigates the impact of international cooperation trends on evolution of digital libraries in developing countries. The characteristic features of the information society such as intensive dissemination of information and telecommunication technologies, the Internet in the library community are analyzed. This paper aims to study the main opportunities of international cooperation for the improvement of digital libraries in developing countries on the bases of the integration of the network and Internet technologies.

**Key words:** international library cooperation, digital libraries, developing countries.

The active development of digital library nets as well as corporations and associations based on them is the most important tendency in the modern world library community. Foreign libraries are demonstrating ways of administration of new forms of library cooperation both on the national and international levels. The development of international library and information cooperation is the objective law that reflects the main characteristics of the modern socio-economic progress in the world: integration, international specialization and international cooperation [1].

The development and intensive spread of information and telecommunication technologies in the context of extensive informatization of the society are the key features of its progress. This process is more evident and active in the developed countries where the high level of the informatization and technological effectiveness as well as the effective legal provision of the civil society creates favorable conditions for the coming era of information society. However, in the developing countries due to poor development of the above mentioned factors these processes are slow. Nevertheless, the results of the informatization are advancing day by day. This is largely due to the rapid breakthrough of the Internet in these countries as well as to computer market saturation and the actual occurrence of the computer technologies and telecommunications in daily library practice.

The 1980–1990s witnessed large-scale economic political social processes of the enormous transforming power. Those processes influenced the world economy and its qualitative characteristics. The most important problem of the increasingly interdependent world is the interaction of multilevel structures characterized not only by the degree of their development but also by the degree of their involvement in the international division of labor and world economy. The sign of the times is integration and general integration of capitals manufactures and labor. The feature of this process is that having emerged initially in Europe it has covered new countries and even regions.

International division of labor, international expertise and cooperation are inseparable and causing each other social phenomena with complex and contradictory nature. International division of labor is a broader economic category compared to the international co-operation. In its turn international cooperation is based on specialization of production. International cooperation and international specialization are not just forms of international division of labor but also its elements defining its essence. This statement does not contradict the dialectical principle of the relationship of essence and form. Dialectic relationship of division specialization and cooperation of labor appears in their interdependence [7].

Global international cooperation has been reflected in the activities of the UN. In the modern world it is the biggest most universal and most authoritative organization, designed to deal with the major political issues that worry humankind. The political activities of the UN are inextricably linked to economic and social objectives directly related to world politics.

The UN Charter presupposes the creation of specialized agencies, one of which is the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). This organization has been in operation since 1946 and has headquarters in Paris. 160 countries of the world are members of the organization. Its main tasks are based on its name – UNESCO and include development of international cooperation in education, science and culture. The Declaration on Fundamental Principles concerning the Contribution of the Mass Media to Strengthening Peace and International Understanding adopted in 1978 is of crucial importance to UNESCO. A lot of scientific cooperation programs operate within this organization. Improvement of international political relations in a constructive direction influences the activity of UNESCO and reduction of defense budgets of countries leads to a gradual increase in financial resources of various organizations of UNESCO [4].

The active entry into the world civilization, international information and cultural exchange, promotion of national culture and language, the desire to strengthen the prestige of the library profession predetermined the directions of interlibrary cooperation in developing countries. Integration processes in the field of Library and Information Sciences have their peculiarities based on the desire to promote the historical, cultural traditions and relations as well as the interaction of national cultures and preservation of books as a source of knowledge, education, culture and intellectual development. Libraries in developing countries are characterized by convergence in the development of advanced information technologies and databases as well as in exchange of information for the development of science, technology, economy, and industry [6].

The extension of international cooperation in the field of library and information sciences is one of the factors of successful entry of library and information resource in the world system. The modern practice of libraries and information centers shows that there are growing trends in the development of such international cooperation. Economic and social trends also belong to the main trends of development in the international library and information environment, but this paper covers only the basic professional moments.

The important point is the objective need for the development of digital libraries and Automated Library and Information Systems (ALIS), which are characterized by the need to increase the requirements as well as by the need for strict compliance with international standards and regulations.

It is important to consider these trends to libraries and their administration, as well as to developers of automated library systems and technology. We should know the fundamentals and basic principles focused on practical applications in digital libraries and, therefore, underlying the development of advanced ALIS and networks that are essential for the development of computer-library infrastructure of any country. Thus, to accelerate the development of international information and library cooperation it is important to consider such basic principles for developing ALISs as:

The principle of corporatism implying the necessity of corporatism and distribution of the created and developed library and information resources under the conditions of automation. Corporatism as a trend has generated the “corporatism” as one of the basic principles for the development of ALIS and networks.

The principle of network integration, implying the need for network integration and building a unified technology of information resource updating and maintenance of local and remote users connecting two levels for each object in ALIS: local and global information networks [10].

The principle of network integration is closely linked with the principle of corporatism and it derives from the current state of the development of information technology and telecommunications. It includes the development of hardware and software and technological support for ALIS by means of local computer networks associated with the telecommunications technology of access to resources of other ALISs and providing access to own library and information resource. A single two-level network technology involves the use of a common information base, common copies of the database, single generation of information products, simultaneous use of LAN workstations as intelligent terminals to telnet resources of other ALISs. Telnet systems, construction of telecommunication technologies of information exchange, development of own servers and technologies of connection to global networks give the opportunity to develop a new level of ALIS resources network integration. Its characteristic features are e-mail as an indispensable tool of interlibrary cooperation, online systems for access to foreign and domestic informational resources and representation of their own resources on the Internet [9].

Many traditionally existing technologies are inconceivable without these technologies today: interlibrary loan (ILL) and document delivery, formation and use of resources of union catalogs, building systems of collection coordination as well as the near future technologies: corporate cataloging, creation of electronic libraries and of the system for the International Library and Information Cooperation. Design and development of ALIS and networks is carried out as mentioned earlier with a focus on inter-library cooperation and collaboration in accordance with the rules and protocols of international information exchange [10].

The principle of international library cooperation is essential in today's information and library space. Modern libraries in the world information space develop as public information centers implementing new opportunities in expanding cooperation in library science to address the global mission of libraries: improving access to information resources of the society.

Cooperation is the way to survive for libraries as full-fledged information centers. In recent years, several areas in the organization of cooperative structures as well as several types of programs or projects aimed at the introduction of cooperative methods in librarianship have appeared. These directions are derived primarily from the specific classification of libraries. For many years intra- and inter-species cooperation have been successfully developing laying the foundation of modern cooperatives. At the same time a prerequisite for effective and consistent library acquisition for a group of libraries is the developed system of reference and information services.

Programs for the Information Services development designed at the local, regional and national levels are considered to be independent. Any models of cooperation in the formation of information funds should contribute to solving the basic problem of library, i.e. providing users with increasing amount of information and improving access to it. The basis for the classification of programs and projects of cooperation are different approaches to achieving the objectives of reference and information services and their improvement. Based on this several types of programs of cooperation in library services, which set the following objectives, are distinguished:

- to increase the accessibility of scientific information across the country or region;
- to reduce costs for acquisition of library funds via distribution and retention specific subject areas of acquisition for each library;
- to improve the organization of access to information through clarifying the scope of existing information resources and their identification as well as the development of communication systems in the network;

- to reduce costs of funds for the maintenance of libraries through cooperation in matters of collection, storage, preservation of information materials, etc. [2].

The most developed in the 90s of the previous century telecommunication corporate library networks in the U.S. are OCLC (Online Computer Library Center), RLIN (Research Library Information Network), WLN (Western Library Network), ISM (Canadian Network) and dozens of other networks such as the Research Libraries Network, headed by the Public Library in New York (NY Public Library) or public libraries network headed by Mid Manhattan Public Library (MMPL), which included about 84 libraries. The basis of their functioning is the principle of centralized processing and sharing of electronic catalogs and databases of all participating in the network libraries [1].

Corporatism becomes an inevitable mechanism of library automation and interlibrary cooperation. Previously, corporatism was understood as the joint participation of libraries in the information-reference systems, e.g. union catalogs. At the present level of development of interlibrary cooperation a number of levels of corporatism are identified. Union catalogs refer to the 1st level of corporatism i.e. a joint formation by the libraries fund-holders of address-reference information about the location of the documents of the distributed library fund of the organizations – participants of the system. Corporate product at this level is the bibliographic description supplemented by classification symbols and codes (siglas) of fund holders. Corporatism systems of level 2 are corporatism cataloging systems that are developed abroad, such as OCLC, RLIN, PICA, and some others.

The development of such systems is determined by the financial mechanism. Now new systems of the third level combining not only cataloging and reference data but also other corporate technologies such as electronic delivery of documents, corporate acquisitions, etc. keep appearing. Experts predict that this trend will grow in the future; it will be a defining trend in the development of library and information systems as well as in technology and LIS design [2].

International library relations as a form of scientific and cultural relations are an important factor for the interchange of cultural values in the rapid replenishment of library funds with relevant foreign literature and information on traditional and electronic media.

International relations of the national libraries include such forms of international relations of libraries as: identification and registration of national publications on all kinds of media all over the world; depository storing of documents of the UN, UNESCO and other international orga-

nizations; centralized acquisition of the state libraries with foreign literature in the database through foreign subscriptions, international book exchange, cataloging and organization of electronic catalogs; creation and support of the functioning of the National Center for international inter-library loan system; a presentation of the state in international library organizations and associations, coordination of the participation of state libraries in the international library and information programs; organization of exchange of information resources with foreign libraries [4].

In the process of improving of international cooperation new forms and methods of this activity are developed, among which are as follows:

- establishing relationships and information links with the diplomatic corps (the embassies) abroad;
- cooperation with the UN office in the state, the National Commission in UNESCO affairs, the Information Service of the U.S. Embassy, British Council, French Cultural Center, etc.;
- establishing contacts and cooperation with foreign firms to acquire the equipment of modern information technologies;
- cooperation with international library associations of IFLA, etc.;
- cooperation with international funds and programs: The Eurasia Foundation, Council for International Research and Exchanges Board (IREX), and others;
- scientific cooperation with major foreign libraries;
- education abroad;
- participation in international conferences, etc.[1, 4].

The main means of implementing these links are: sharing databases via the Internet and the creation of an international school to improve skills of library staff.

In many countries the problems of international information and library co-operation are considered; the ways to achieve the necessary coordination among the increasingly complex information systems, which, along with libraries of different types, include many commercial organizations, are studied or reviewed. The Library and Information Commission (LIC), a nonprofit public organization which is a center for collecting best practices in library and information sphere for England and Northern Ireland, produced interesting conclusions that can be extended to other countries, including developing ones [11].

The Commission consists of several committees, one of which – the International Committee which makes recommendations on matters relating to the impact of policies of the European Communities to the library sector of the UK, as well as monitors and consults on issues of information policy in other countries, especially members of the “Group of eight”(G-8). This Standing Committee also directs the work of the UK



National Centre for the Program of the European Community. The connection of the Commission with the European institutions is the basis for harmonization and alignment of national policies with the European one, while its links with non-European organizations provide an opportunity to share experiences and to understand the problems globally. The LIC is committed to disseminate information on its activities as widely as possible – at conferences, seminars, online and through publications.

The LIC document, the statement “2020 Vision”, is of interest. It sets out the views on the importance of library and information work.

The main points of this document:

- connectivity – providing universal access to the products of human genius;
- content – creating a digital library that reflects the intellectual heritage of Great Britain and technological discoveries;
- competency – providing both individuals and organizations with the ability to perform fully their mission in a learning and information society [4].

Improving the quality of libraries and information centers can have a positive impact on the surrounding world, helping to create a society in 2020, in which:

- governments, private companies and individuals are aware of the paramount importance of information;
- industry and trade would further endeavor to carry out intensive assimilation of knowledge;
- a network of information centers will be created – centers of knowledge that will enable citizens to develop their abilities through the acquisition of knowledge and increase their potential both individually and collectively;
- Libraries will form a digital (electronic) collection, co-ordinated both nationally and internationally. In this collection the intellectual heritage of each state in digital form will be available for the whole world. Universal connectivity and prepared accordingly content will ensure that everyone can get free access to the world treasures of knowledge and information.

Conclusions and predictions of scientists (Haynes M.) indicate that the analysis of the state of affairs in Europe and the “Group of eight” – G8 focuses on such important issues:

- telecommunications networks and the delivery of digital information;
- intellectual property rights;
- information and communication technologies and related research programs, such as the digitization of multimedia material;

- areas of work and programs that promote the development of cultural and media sector and provide improved access to cultural heritage.

The development of new technologies and their applications will have a profound impact on society. This will partly be a consequence of the use of existing technologies and processes, and it will also be relevant to social or economic impacts of technology on society, such as digital information and telecommunications systems. The integration of information and communication skills into the private life may have a crucial importance, if the benefits of increased prosperity and social convergence are available to most citizens [3].

On the whole, in library and information activities the LIC specifies both opportunities and challenges created by new political, social and technological realities, in particular: the mechanisms that enhance cooperation and collaboration between libraries and information services through the development of partnerships at local, regional, national and international levels (Haynes M. 1999).

Thus, summarizing we can say that the objective laws of contemporary international social and economic development are:

- integration and internationalization of international activities in all spheres, including in the field of culture;
- international cooperation and international specialization, including the international exchange of scientific knowledge and information.

The marked trends in international cooperation in the world are particularly vivid expression in the activities of such organizations as the UN and its regional units, as well as its specialized agency UNESCO.

A study by the author of major trends and directions of international library cooperation gives grounds to conclude that the above trends are directly reflected in the library field of developed countries, as well as in developing ones:

1) The leading trend in the international information and library collaboration in the modern world is a library cooperation, which is based on the principle of organization, i.e. corporatism (joint and distributed electronic library resources) and the technological principle, i.e. network integration, which involves the use of telecommunications and, above all, the Internet technologies.

2) Library international cooperation is developing at such levels: local, regional and international.

## References

1. Al Tawalbeh Serhan Ahmad (2002). International library cooperation on basis of computer technologies: modern state and perspectives: abstract. dis ... of Pedagogical Science's degree, speciality 07.00.08. — Bibliology, Library Scince, Bibliography Science [Electronic resource] / Ahmed Al Tawalbeh Serhan, Kharkiv State Academy of Culture. — Kharkiv, 2002. — 21 p. — (Ukraine). // <http://www.nbu.gov.ua/ard/2002/02atassp.zip>
2. Dowd S.T. (1998) Library cooperation: Methods, Models to aid information access // J. Libr.Admin. — 1998. — 12, T 3. — P.63-81
3. Haynes M. (1999) Problems of the Information Society. The future of libraries in the information society: the position of the British Commission on Libraries and Information // [http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb99/2/f02\\_12.html](http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb99/2/f02_12.html)
4. <http://whc.unesco.org/>
5. <http://www.nbu.gov.ua>
6. Igumnova N.P.(2000) Mezhibliotechnoe vzaimodyeistvie stran SNG nakanune tretego tysyacheletiya. Problemy i perspektivy // [http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb2000/5/f05\\_02.html](http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb2000/5/f05_02.html)
7. International economic relations: V 2-kh tomakh. — T. 1. — M. : Izd-vo «Novosti», Akademiya novogo myshleniya, 2003. — 336 p.
8. Prospects: a strategy for action. London: Library and Information Commission, 1998. (<http://www.lic.gov.uk>)
9. Report of the IFLA Council // <http://whc.unesco.org/>; [http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb99/5/f05\\_10.html](http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb99/5/f05_10.html)
10. Shraïberg Ya.L. (2000) Osnovnye polozheniya i printsipy razrabotki avtomatizirovannykh bibliotechno-informatsionnykh sistem i seteyi. Glavnye tendentsii okruzheniya, osnovnye polozheniya i predposylki, bazovye printsipy / GPNTB Rossii. — M., 2000. — P.9-40.
11. <http://www.lic.gov.uk>.

Надійшла до редколегії 12.04.2015 р.

UDC 378+02(73)

**Л. Я. Філіпова**, доктор педагогічних наук, професор, Харківська державна академія культури, м. Харків

**О. В. Олійник**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

### **ВИЩІ НАВЧАЛЬНІ ЗАКЛАДИ З БІБЛІОТЕЧНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ НАУК У США: ПИТАННЯ НАВЧАННЯ ТА АКРЕДИТАЦІЇ**

Розглядаються питання акредитації навчальних програм з бібліотекознавства в університетах США. Досліджено ступені та програми, що пропонуються різними бібліотечними вищими школами США, та їх моделі. Надано відомості щодо можливостей дистанційного навчання, використаних у кращих акредитованих навчальних програмах та навчальних курсах, що пропонують різні варіанти навчання. Особливу увагу присвячено ролі Американської бібліотечної асоціації (АБА) у сфері бібліотечної освіти.

**Ключові слова:** акредитація, АБА, бібліотечні школи, акредитовані навчальні програми, бібліотечна освіта, дистанційне навчання

**Л. Я. Филиппова**, доктор педагогических наук, профессор, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

**О. В. Олейник**, кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

### **ВЫШНИЕ УЧЕБНЫЕ ЗАВЕДЕНИЯ ПО БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫМ НАУКАМ В США: ВОПРОСЫ ОБУЧЕНИЯ И АККРЕДИТАЦИИ**

Рассматриваются вопросы аккредитации учебных программ по библиотековедению в университетах США. Исследованы степени и программы, которые предлагаются разными библиотечными высшими школами США, их модели. Представлены сведения о возможностях дистанционного обучения, которые используются в лучших аккредитованных учебных программах и учебных курсах, предлагающих разные варианты обучения. Особое внимание уделено роли Американской библиотечной Ассоциации (АБА) в сфере библиотечного образования.

**Ключевые слова:** аккредитация, АБА, библиотечные школы, аккредитованные учебные программы, библиотечное образование, дистанционное обучение.

**L. Ya. Filipova**, Doctor of Pedagogical Science, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**O. V. Oliinyk**, Candidate of Sciences in Social Communications, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

### **US LIBRARY AND INFORMATION SCHOOLS: TRAINING AND ACCREDITATION ISSUES**

This paper presents a review of accreditation issues of library schools programs in the USA universities. The authors investigate the degrees and programs offered by different library schools in the USA and their modes. The article also describes distance learning opportunities in the best accredited programs and the courses offered in different options. A particular attention is paid to the role of ALA in librarian-ship education.

**Key words:** *accreditation, ALA, library schools, accredited programs, librarianship education, distance learning.*

The aim of this paper is to analyze the educational experience of the United States and adapt it to the Ukrainian system of education in the field of library and information sciences.

Accreditation of the American educational environment is understood as a voluntary system of evaluation of universities and their curricula. According to American scientists it is a collective process based on self-assessment and comparative analysis for improving the quality of education and public reporting. Accreditation ensures that university and their departments, branches, schools and programs meet the required standards and integrity. Accreditation is both a process and a condition. The process entails assessment of educational quality and continuous improvement of educational operations through the development and suitability of standards. The condition provides a mandate for society, indicating that the institution and / or its programs are adopted and implemented in accordance with the requirements to the quality of the educational process [4].

Higher education institutions in the field of librarianship are accredited by the Accreditation Committee of the ALA. The American Library Association (ALA) is the oldest and largest library association in the world, providing association information, news, events, and advocacy resources for members, librarians, and library users. Founded on October 6, 1876 during the Centennial Exposition in Philadelphia, the mission of ALA is to provide leadership for the development, promotion, and improvement of library and information services and the profession of librarianship in order to enhance learning and ensure access to information for all. Melvil Dewey is considered to be one of the founders of this organization. The ALA Constitution states the purpose of ALA as, "The object of the American Library Association shall be to promote library service and librarianship." The authority of the Association in the United States is the result of its activity in all areas of library construction. In general, the key role in organizing the libraries of the US is performed by professional associations of librarians which represent a network of regional and branch library associations.

As a specialized accreditor, the American Library Association's (ALA) Committee on Accreditation (COA) accredits programs leading to the first professional degree in library and information studies, which is the master's degree.

Accreditation has several benefits. It assures the public that individuals who have graduated from accredited schools or programs have re-

ceived a quality education. It assures students that accredited programs meet the standards of the profession that they seek to enter. Institutions of higher education benefit through self and peer evaluation and through the opportunity for continuous improvement. Accreditation does not, however, result in ranking of programs. Rather, it respects the uniqueness of each program while ensuring that all accredited programs meet the same standards.

The accreditation process involves the continuous assessment and evaluation of a program and the enhancement of the program's operations using standards. This process, through self-evaluation and peer review, is designed to foster collegial relations among educators and members of the profession. Accreditation indicates that a program demonstrates a commitment to quality and that the program seeks to continue that commitment.

In 1924 the ALA created the Board of Education for Librarianship to carry on the accreditation of programs of education for librarianship. The Board became the Committee on Accreditation (COA) in 1956.

The COA is a standing committee of the ALA. Its charge is "to be responsible for the execution of the accreditation program of the ALA, and to develop and formulate standards of education for library and information studies for the approval of Council" (ALA Handbook of Organization). In meeting this charge, the COA is guided by the following principles:

- The accreditation of library and information studies (LIS) educational programs is coordinated through a single agency that represents the interests of the members of the profession;
- Accreditation enhances the quality of library and information services through the improvement of the professional education available for librarians and related information professionals;
- The spirit of accreditation lies in its constructive and continual evaluation and assessment of LIS educational programs.

The COA has developed an accreditation process that seeks to achieve the following objectives:

- To respond to the content and emphasis of the Standards.
- To incorporate suggestions of the LIS educational community and the LIS profession.
- To conform to good practices in the accreditation process in accord with provisions set forth by the Council for Higher Education Accreditation (CHEA) and the Association of Specialized and Professional Accreditors (ASPA).

In 2004 this main Library Association accredited 58 educational programs offering full-time education in 56 universities of the USA, Canada and Puerto Rico.

The University of Illinois Graduate School of Library and Information Science (GSLIS) is recognized as a premier institution, consistently named the top LIS school in the nation. GSLIS has earned its reputation by creating pioneering and innovative educational opportunities, including the oldest extant LIS doctoral program in the country (1948), award-winning Leep Online Learning program (1996), and an advanced degree in digital libraries (2005).

Today, GSLIS is a charter member of the iSchool Project, a community of schools interested in the relationship between information, technology, and people and committed to increasing the visibility of the field of library and information science. Founded in 1893, GSLIS helped establish and develop the methods used in the field of LIS. Today they continue this tradition by translating the core principles of library science – information organization, access, use, and preservation – to meet the needs of information society. This natural integration of library science and information science allows for opportunities to enhance and strengthen learning, teaching, and research: GSLIS understand that fluency with current technologies is important to all information professionals, from librarians, archivists, and museum curators to information architects, Web developers, and data managers [2].

GSLIS offers training programs to obtain the degree of Master of Science (MS), Doctor of Philosophy (PhD), and the certificate of training. The master's program offers students a choice of any form of education, i.e. traditional which is analogous to full-time education, "Learning on Fridays" which is similar to evening classes, and distance learning (LEEP). According to US News and World Report ranking of the best training programs in this field (LIS programs), this school in 2013 became Number One, gaining 4.6 scores out of 5 possible, School of Information and Library Science in University of North Carolina in Chapel Hill with 4.5 scores was the second and the third was the Information School at University of Washington in Seattle with 4.4 scores [6].

For those librarians who want to pursue higher professional education by means of distance learning catalogs (or guides) of ALA accredited programs are offered. They are distributed both on the Internet and in the traditional hard copy edition. Those who want to learn can apply to the universities (addresses, phone numbers and email addresses are listed in the catalog) to clarify issues of various kinds. These directories do not

assess programs as “better” or “worse”. They review existing programs for professional training. These reviews are published in both professional and popular magazines.

“Library school” is a term which has been used to describe an institution of higher learning specializing in the professional training of librarians. The first library school in the United States was established by Melvil Dewey in 1887 at Columbia University. Since then many library schools have been founded in the United States. The University of Chicago Graduate Library School became the first library school to confer a master’s degree in library science, which is now the standard professional degree, and later became the first to give a doctoral degree in the field.

Most library schools in North America offer graduate programs only. Accreditation of these programs is granted by the American Library Association. The bachelor’s degree in Library Science (or Library Economics as it was called in early days) was, for the most part, phased out several decades ago. Librarians in North America typically earn a master’s degree, typically the Master of Library Science (MLS) or the Master of Library and Information Science (MLIS). This degree allows one to work as a practicing librarian in public libraries, academic libraries, school library media centers, and special libraries, while many individuals with the MLS credential work with major library vendors. The degree is also applicable to related sectors such as publishing.

Master of Library Science programs are typically structured to offer a combination of required and elective courses in library science and information science. The required courses focus on core library skills such as cataloging, reference, collection development as well as related areas such as the philosophy underlying the profession, information technology and management. Elective courses may include information management, children’s literature, genealogy and archives as well as specialized courses related to different types of libraries.

In recent decades, many schools offering librarianship education have changed their names to reflect the shift from print media to electronic media, and to information contained outside of traditional libraries. Some call themselves schools of library and information science (abbreviated to “SLIS”, hence the term “SLISers” for their students), while others may have dropped the word “library” altogether. This trend began as early as the 1960s with the recognition that information and access to it was shifting to electronic resources with the development of telecommunications and computer networks and away from the traditional definition of librarianship. This shift led a number of library schools to change or



broaden their mission to be more inclusive of information sciences across many disciplines including library sciences, archives, computer sciences and more, and led to the development by a number of schools of an *iSchool* organization, to advance the field of information as a whole.

The American Library Association (ALA) accredits master's programs in library and information studies across the United States, Canada, and Puerto Rico. Accreditation is achieved through a review process conducted by an external review panel of practitioners and academics that verifies that the program meets the Standards for Accreditation of Master's Programs in Library and Information Studies. In 2008 ALA developed standard requirements for accreditation "Standards for Accreditation of Master's Programs in Library and Information Studies" (Adopted by the Council of the American Library Association, January 15, 2008), which were later re-released in 2012 and 2015.

Graduating from an ALA-accredited program provides flexibility in the types of libraries and jobs you can apply for and enhances career mobility. Many employers require an ALA-accredited master's degree for professional level positions, and some states require an ALA-accredited degree to work as a professional librarian in public or school libraries.

ALA-accredited master's programs can be found at colleges and universities in the United States, Canada, and Puerto Rico. These programs offer degrees with names such as Master of Library Science (MLS), Master of Arts, Master of Librarianship, Master of Library and Information Studies (MLIS), and Master of Science. ALA accreditation indicates that the program has undergone an external review and meets the ALA Committee on Accreditation's Standards for Accreditation of Master's Programs in Library and Information Studies.

The directory, available in four unique formats, provides information about library and information studies programs that are accredited by the American Library Association (ALA). The ALA Office for Accreditation publishes the directory annually, and provides the opportunity for programs to update their entries when information changes. This directory offers summary information only.

Most US libraries recruit only those library professionals that have been trained in programs accredited by ALA, and have an appropriate professional degree. This degree indicates a high level of training and meets the necessary standards in this area. If librarians attended and received a master's degree from unaccredited program, they have to undergo additional training on the program that is accredited by ALA.

There is no simple answer to the question: what are the requirements for students who come to study in universities on an ALA-accredited

program? The answer is not simple because entry requirements are developed by the universities themselves, besides every school has its own individual training programs. Most programs presuppose the candidate should have a Bachelor's degree for admission (Bachelor's Degree "accredited by ALA"), and many universities take into account the number of scores after high school. Professional training programs in the field of library and information science are developed not only for Bachelor and Master Programs, but also for Postgraduate Programs, but the ALA Committee does not accredit this level. As for the identification of foreign degrees with American higher education library degrees, it should be noted that there is a relevant department which considers such issues in the structure of ALA, but mostly they are solved individually.

Considering the Master of Science Program with Library Science School of Information and Library Science in the University of North Carolina at Chapel Hill which has initial accreditation we see that this degree requires satisfactory completion of the SILS Information Technology Competency Requirement prior to the start of your first semester as well as:

- 48 semester hours of graduate-level course work;
  - 22.5 hours of required core courses ;
  - 25.5 hours of elective courses;
  - Satisfactory completion of a comprehensive examination;
  - Satisfactory completion of a master's paper or project.
- The required courses are:
- Human Information Interactions (3.0 credits) (*suggested for first or second semester*)
  - Information Resources and Services (3.0 credits) (*suggested for first or second semester*)
  - Resource Selection and Evaluation (3.0 credits) (*suggested for first or second semester*)
  - Organization of Information (3.0 credits) (*suggested for first or second semester*)
  - Overview of Research Methods (3.0 credits) (*suggested for first or second semester*)
  - Management for Information Professionals (3.0 credits) (*suggested for third semester*)
  - Proposal Preparation and Presentation (1.5 credits) (*suggested for third semester*)
  - Master's Paper (3.0 credits) (*usually final semester*)

All incoming SILS master's students must have demonstrated competency for basic computer applications. All incoming SILS master's

students must have demonstrated competency for basic computer applications.

Most of the required 48 hours will be taken within SILS. Many students enrolled in the library science program also elect to take one or more courses in other departments on campus (such as the Kenan-Flagler Business School, the School of Journalism and Mass Communication, or the Department of Computer Science) or at nearby universities (principally Duke and N. C. State).

Students without extensive practical experience are encouraged to enroll in the Professional Field Experience course. This structured practicum provides the opportunity for students to apply theoretical knowledge to an individually selected work environment.

Initial accreditation status of this program indicates that it has demonstrated compliance with the Standards for Accreditation and has been granted accreditation for the first time following a period of Candidacy status and comprehensive review. Initial accreditation applies retroactively for students who complete degree requirements 24 months prior to the date that Initial accreditation is granted.

This particular institution offers primarily face-to-face education with select online courses offered. While the University of Illinois Graduate School of Library and Information Science offers primarily online education with some face-to-face courses required. And the third leading program in this area the Information School at University of Washington in Seattle has 100% online program available with such areas of concentration/career pathways within ALA-accredited programs:

- Academic Librarianship
- Children's Services
- Digital Libraries
- Information Systems Design/Analysis
- Law Librarianship/Legal Information Services
- Management and Administration
- Organization of Information
- Public Librarianship
- Reference and User Services
- School Librarianship
- Special/Corporate Librarianship
- Young Adult Services

These facts demonstrate that distance education option in the librarianship education nowadays is gaining more and more popularity and is offered along with the traditional mode. Students can choose the most suitable program and get their degree accredited by the ALA either in a face-to-face classroom or virtually.

## References

1. Fylypova L. Ya. Opyt distantsionnogo obucheniya biblioteknykh spetsialistov v universitetakh SShA // Nepreryvnoe bibliotечноe obrazovanie: Biulleten / Tsentri prikladn. humanit. tekhnolohiy. — M., 2002. — № 7–8. — С. 45–51.
2. Filipova L. Ia. Orhanizatsiia distantsiinoho navchannia u Vyschii Shkoli biblioteknykh ta informatsiinykh nauk Illinoiskoho universytetu // Visn. Kn. palaty. — 2002. — N7. — С. 45–47.
3. Oleinik O. V. Distantsionnoe obuchenie v humanitarnykh vuzakh: problemy i perspektivy / O. V. Oleinik, L. Ya. Fylypova // Kompiutery. Prohramy. Internet. 2003 : zb. tez dop. uchasn. mizhnar. nauk.-prakt. konf. — K. : IVTs Vyd-vo «Politekhnik», 2003. — S. 127–128.
4. Library&Information Studies: Directory of Institutions offering Accredited Master's Programs / American Library Association. — Chicago : ALA, 2010. — 33 p.
5. 2015 Standards for Accreditation of Master's Programs in Library and Information Studies [Elektronnyi resurs] / American Library Association. — Rezhim dostupu: // <http://www.ala.org/accreditedprograms/standards>. — Nazva z ekrana.
6. <http://grad-schools.usnews.rankingsandreviews.com/best-graduate-schools/top-library-information-science-programs?int=grad:wid:pfbtm> [Elektronnyi resurs]. — Nazva z ekrana.

Надійшла до редколегії 10.03.2015 р.

UDC [004.774.6:021.7] (477)

**С. С. Ростовцев**, аспірант, Харківська державна академія культури, м. Харків

### **ВИКОРИСТАННЯ ВЕБ-АНАЛІТИКИ БІБЛІОТЕКАМИ УКРАЇНИ**

Досліджується рівень впровадження інструментів веб-аналітики в бібліотеках України. Представлена модель процесу безперервного вдосконалення бібліотечного веб-сайта з метою досягнення ефективності діяльності в онлайн-середовищі. Пропонується поетапний план оцінювання для впровадження інструментів веб-аналітики у вітчизняних бібліотеках. Наведені приклади цілей, стратегій та тактик, які можуть використовувати бібліотеки. Особлива увага приділена ключовим показникам ефективності, які необхідно відстежувати для отримання необхідних даних.

**Ключові слова:** *веб-аналітика, онлайн-діяльність бібліотек, ключові показники ефективності, інтернет-маркетинг, план вимірювання.*

**С. С. Ростовцев**, аспірант, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВЕБ-АНАЛИТИКИ БИБЛИОТЕКАМИ УКРАИНЫ**

Исследуется уровень внедрения инструментов веб-аналитики в библиотеках Украины. Представлена модель процесса непрерывного совершенствования библиотечного веб-сайта с целью достижения эффективности деятельности в онлайн-среде. Предлагается поэтапный план оценивания для внедрения инструментов веб-аналитики в отечественных библиотеках. Приведены примеры целей, стратегий и тактик, которые могут использовать библиотеки. Особенное внимание уделяется ключевым показателям эффективности, которые необходимо отслеживать для получения необходимых данных.

**Ключевые слова:** *веб-аналитика, онлайн-деятельность библиотек, ключевые показатели эффективности, интернет-маркетинг, план оценивания.*

**S. S. Rostovtsev**, postgraduate student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

### **WEB ANALYTICS USAGE IN ONLINE-ACTIVITY OF UKRAINIAN LIBRARIES**

This paper presents an investigation of web analytics tools integration in Ukrainian libraries. The author suggests the model of continual improvement process of library web-sites in order to achieve an overall performance in online-environment. Also, the step by step measurement plan is proposed for effective implementation of web analytics tools in Ukrainian libraries. The examples of objectives, strategies and tactics which may be used by libraries are presented. A particular attention is paid to the Key Performance Indicators which are needed to be measured by libraries to get necessary data.

**Key words:** *web analytics, libraries online activity, key performance indicators, digital marketing, measurement plan.*

**Introduction.** The development of the internet provides both libraries and users with great opportunities. For libraries it is a chance to reach the distant users, and for site visitors it is an opportunity to get valu-

able information in the most convenient and fastest way. However, today's changing user behaviour has altered the way how the organizations need to act and measure their achievements in online environment. And though the Web, internet-marketing and advertising have been revolutionized in the last few years, yet the approach to using data has remained mainly the same as it was in previous decade. So, for libraries it is obligatory to organize an effective process of managing website on a regular basis in order to improve the service quality and to evaluate each action using up-to-date instruments and comparing results with those that have been planned. With the help of web analytics it is possible to make decisions based on numbers, data and analysis. So analytics usage is vital for libraries as an instrument of successful internet-marketing system implementation and tracking the ever changing user needs.

**Literature review.** Though web analytics is relatively a new instrument of internet marketing it manages to achieve a great popularity among online-businesses, and the growing number of publications on the topic confirms this fact. The author of "Web Analytics 2.0" A. Kaushik [4], who is considered to be one of the most famous ideologists of digital marketing lays out in his book specific strategies and models, which include qualitative data, experimentation and testing, and competitive intelligence tools. The author explains how to measure, analyse and act upon quickly evolving web technologies and trends including social media, video, mobile and online user-centric design options.

At the same time different aspects of web analytics have been researched by M. Hassler [3]. A number of authors such as J. Ledford [5], B. Clifton [1] and some other investigate the features of Google analytics tools. Some Ukrainian scientists (D. Melihov, I. Sarmatov [6]) focus on various methodology issues of web analytics in their scientific works. A. Strungar and O. Maryina [7] evaluate the advisability of using monitoring system "Yandex Metrika" as an analytical tool for Ukrainian libraries. But the number of researches devoted to online-activity measuring of Ukrainian libraries is insufficient, so the further investigation of the topic is required.

**The main objective** of this paper is to examine and describe the peculiarities of web analytics usage in online-activity of Ukrainian libraries. In particular, the study has been designed to attain the following objectives:

- To study the web analytics tools integration in Ukrainian libraries;
- To suggest a model of library website improvement;
- To explore the components of measurement plan.

**Results.** There are few major trends that are driving change for organizations in general and libraries in particular. First, the internet has made the information and media available to most of people at the click of a button. Second, mobile devices have helped users to become online at any time from any place. Finally, cloud computing provides cheap and practically infinite computing power. Because of the two first trends, the consumer behaviour is forever changed. People are empowered with more information than ever: product and service reviews, recommendations from friends or experts, advertising etc. All these things are now instantly available. At the same time, cloud computing has empowered web-based companies to collect and analyse more activity data than ever before. In order to understand how to manage online activities it is vital to have a solid infrastructure to collect and distribute data, and to have the skills to analyse and interpret that information, making decisions about what should be done online to understand and connect customers. So, organizations need right people, processes and technologies to improve the way of interaction with users, to measure the effectiveness of such interaction and to make sure that all the decisions are based on relevant data. All this may be provided by instruments of web analytics.

According to A. Kaushik web analytics is defined as the analysis of qualitative and quantitative data from organization and its competition to drive a continual improvement of the online experience that existing and potential users have [4]. It should be noted that one of the main aims of web analytics is to study user behaviour and make him follow the elaborated pattern of interaction with an online resource and perform any useful action on the site.

Most of Ukrainian libraries, following global trends, have developed their web-sites. Some of them present only some general information about library activity, while the number of leading libraries already has well-developed informational portals with an ability to provide access to information resources and offer web-based products and services. But it has been found that library web sites are not fully utilized as a marketing tool and an enabler to measure the results of online-activity.

In order to identify the degree of web analytics tools integration by Ukrainian library websites, a small research has been conducted. According to results provided by two ranking services – Google PageRank and Alexa Rank, ten top library websites have been chosen. Each of them have been analysed for the presence of analytics tool JavaScript code with the help of Chrome Developer Tools. The results are presented in the table 1.

Table 1

### The presence of analytics tools on top 10 Ukrainian library sites

#	Library name	Web analytics tool
1	Vernadsky National Library of Ukraine	Google Analytics
2	National Parliamentary Library of Ukraine	Google Analytics
3	Korolenko State Scientific Library	None
4	National library of Ukraine for children	None
5	The library of Verkhovna Rada of Ukraine	None
6	The Scientific and Technical Library of National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"	None
7	The library of Kharkiv National University of Radioelectronics	Google Analytics
8	National Scientific Medical Library of Ukraine	Google Analytics
9	M. Maksymovych Scientific Library	None
10	Central Scientific Library of Kharkiv National University	None

It is seen that only 4 from 10 libraries have set analytical tools. That may witness that libraries don't perceive their sites as a separate full-fledged product and the role of the internet is underestimated. A strong competition in online-environment requires the struggle for every user, and the sooner libraries realize this, the stronger positions they will get on the information market. At the same time it is vital to learn and implement various marketing tools.

Despite the fact that libraries are non-commercial organisations, they have to set a business objective for effective operation in online environment. For instance, if consider the library as a content publisher, the objective may be to encourage engagement and frequent visitation; from the point of view of informational or support site – helping users find the information they need at the right time; for branding, the main objective may be to drive awareness, engagement and loyalty.

According to the definition, data can be a driver of a continual improvement process for the library. The model of such interaction is presented in the figure 1.

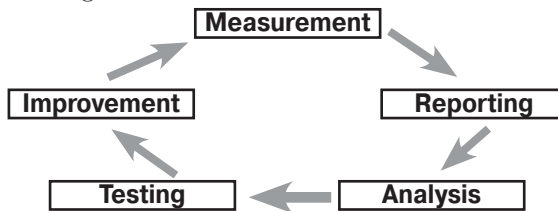


Figure 1. The continual process of improving library web-site



The whole process starts with measurement. The questions should be answered at this level: how many users are completing the site visiting with any useful action? Where along the visiting users are lost or retained? How much time does it take to get necessary information, etc.? Generally, the measurement stage is about collecting the data needed to answer business-questions.

Next, the reporting should be done, to package the data in a readable format and to get information out to decision-makers so that they can be empowered with the information they need to make business decisions. Most of web analytics tools develop and distribute pre-made reports or dashboards. An example of such report is presented in figure 2.

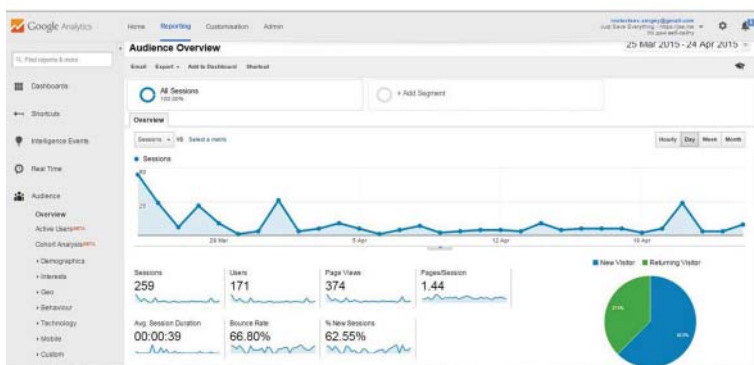


Figure 2. An example of Google Analytics report

Next stage is analysis which can be as simple as identifying larger trends, but it can also be complex, including deep segmentation of data or competitive analysis comparing performance of library to an industry benchmark. Essentially, analysis is the process of developing a hypothesis that reflects expectations, and then figuring out why the numbers do, or do not match those expectations. When unexpected events happen in the data, analysis helps to figure out why.

Testing is the next phase of the process. At this stage various solutions are tried to the problems which have been identified during the analysis. Testing is critical, because it takes opinions out of the decision making process for discovering improvement opportunities.

Based on the results obtained during the whole process, improvements are made. Then the process is repeated. So, the continual improvement process should include both qualitative and quantitative data about

how users engage with a library, and ultimately whether the digital assets are driving visitors to a designful online objective.

Before starting using web analytics, it is vital to create an analytics measurement plan that is specific to a concrete library. Good data is the foundation for making smart decisions. The amount of time and effort, people, processes and technologies, which are required for managing and implementing infrastructure for data collecting, will depend on the size of the library and its plans. Obligatory there should be specialists in the analytics team who understand what the library objectives are and the strategies used to support those objectives; someone who understands what analytics can do; someone with technical skills who can implement an analytics tool. All these functions can be combined in one person.

After the right people are organised to be involved with the planning conversation, it is necessary to decide what is needed to be measured. In whole, an analytics infrastructure includes such components: 1) Defining a measurement plan, which identifies business objectives; 2) Documenting technical infrastructure to understand library technical environment (At this stage an IT-specialists should be asked such questions: What are the server technologies? Is the library website active on mobile? Does the site use responsive design? Do the technologies, which are used, make it possible to track everything which is needed to be tracked?); 3) Creating an implementation plan that is specific to the analytics tool that is using (in most cases it means defining the code snippets and specific product features that will be needed to track the data defined in the measurement plan); 4) Implementation of the tracking recommendations that have been made; 5) Maintaining and refining of the measurement plan. Because the digital world changes so fast, the measurement planning process should be cyclical in order the achieved data can evolve with library activity.

The whole point of measurement is to understand if the library makes good business decisions or bad ones, and then figuring out how to make changes moving forward. To define the measurement plan, it is supposed to go through five steps.

The first step to create the measurement plan is to define the business objective. It is vital at this stage to answer a question — why does online-library exist? For example an objective may be: “To help users to get necessary information and cultivate the idea of only qualitative information usage”. To support the objective, libraries will use specific strategies and tactics, which already belong to the second stage of defining the measurement plan.

According to the objective, the strategy of supporting the mission would be to deliver information to the user in the fastest way. A tactic

to support this strategy would be to provide information online by the library website, by means of email or even through the mobile library application. At the same time, if there is a physical library, then one more way to drive the delivery, will be to give users information about it on the website or in the mobile application. To support the second part of library mission – cultivating the idea of qualitative information usage – the strategy would be to engage users in conversations about qualitative information usage advantages, and that might be done through posts on blog, website, forum, in social media etc.

The next step is to choose the Key Performance Indicators (KPIs). These are the measurements of the strategies and tactics and are the numbers which have to be checked on a regular basis to understand how the library business is performing. Following our example, the next KPIs should be looked at. For the first tactic – delivering information to users through website, email and mobile apps – the number of useful actions made by user and which led to satisfying his information needs should be studied. For the tactic of physical library promotion, it should be looked at how many times the library locator on the site is used. To measure user engagement on the blog, the recency and frequency metrics should be examined and whether or not users share library brand content on social networks.

Basically, there are seven key web metrics which should be considered.

- 1) Visits – report the fact that someone came to the website and spent some time browsing before leaving. Technically this visitor experience is called a session.
- 2) Visitors – number of people who come to the website.
- 3) Time on page – the time that visitors spend on an individual page.
- 4) Time on site – the time, spent on the site during a session.
- 5) Bounce rate – the percentage of sessions on the website with only one page view.
- 6) Exit rate – how many people left the website from a certain page.
- 7) Conversion rate – expressed as a percentage, and defined as a number of useful actions divided by visitors. For library websites useful actions may be: downloading any files, watching videos, writing comments, interaction with virtual reference and others.

After the KPIs which are needed to be measured have been defined, the next stage is to document which segments of data are important to measure. For example the KPIs may be segmented by marketing channel to determine what drives more users to the website: search, email, social and so on. Also, the customer type may be examined – new users versus repeat users – to see how much of the library business is being driven by each segment and whether there are opportunities for driving more visitors loyalty. Since there is a physical library it might also be interesting

to look at the geography of site visitors to learn what the target audience of the certain library is.

Finally, it is necessary to add the targets, which are supposed to be achieved, for each of the KPIs. Adding targets to the measurement plan helps everyone, who analyses the data, understands if the library business is doing effectively.

Once the measurement plan is complete it is critical to have a thorough conversation with an IT team of the library in order to translate business needs into an implementation plan. The specialists can help to understand the website or app environment and ultimately determine what can be tracked. There are few website technologies that will require additional planning. For example: query string parameters; server redirects; Flash and Ajax events; multiple subdomains; responsive web design. All of these technologies require extra attention when designing an implementation plan for certain tools.

**Conclusions.** The investigation reveals that most of Ukrainian libraries don't use web analytics tools, which make libraries uncompetitive on the global informational online market. To avoid this, the step by step measurement plan has been proposed for effective implementation of web analytics tools in Ukrainian libraries.

It is obvious, that in nearest future web analytics will become a key instrument of online activity. So, for libraries it is vital to understand this tendency and start to use all the opportunities offered by the internet environment.

## References

1. Clifton B. *Advanced Web Metrics with Google Analytics* / Brian Clifton // 3-rd edition. — John Wiley & Sons, 2012. — 600 p.
2. Google analytics [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupu: <http://www.google.com/analytics/>. — Nazva z ekrana.
3. Hassler M. *Web Analytics: Metriken Auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren* / Marco Hassler. — MITP-Verlags GmbH & Co. KG, 2012. — 602 p.
4. Kaushik A. *Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity* / Avinash Kaushik. — John Wiley & Sons, 2009. — 504 p.
5. Ledford J. L. *Google Analytics* / Jery L. Ledford, Joe Teixeira, Mary E. Tyler // 3-rd edition. — Wiley, 2010. — 432 p.
6. Melihov D. S. *Web-analytyka: shag k sovershenstvu : uchebnyk* / D. S. Melihov, Y. Y. Sarmatov. — K. : Analytyk Yntellekt Servys, 2010. — 112 s.
7. Strungar A. *Analitichni tekhnolohiyi Yandex Metrika na bibliotechnomu portali* / A. Strungar, O. Maryina // *Visnyk Knyzhkovoyi palaty*. — 2014. — № 6. — S. 25–27.

Надійшла до редколегії 01.04.2015 р.

**Розділ другий**  
**Документознавство**  
**та інформаційна діяльність**

**Part Two**  
**Documentation and Information**  
**Management**

УДК 658.14

**А. О. Дегтяр**, доктор державного управління, професор, Харківська державна академія культури, м. Харків

### **МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ПОБУДОВИ СИСТЕМИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ**

Наведено огляд публікацій, у яких досліджено концептуальні підходи до класифікації економічної інформації. Розглянуто та доповнено сутність поняття «інформаційне забезпечення діяльності організацій соціокультурної сфери», обґрунтовано етапи процесу формування організаційно-інформаційної моделі діяльності організацій соціокультурної сфери. Описано систему інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності організацій соціокультурної сфери. Дійдено висновку про доцільність подальших наукових розвідок у напрямі теоретичного обґрунтування практичних рекомендацій з побудови системи прийняття управлінських рішень в організаціях соціокультурної сфери.

**Ключові слова:** *організація, соціокультурна сфера, інформаційно-аналітичне забезпечення, система, модель, економічна інформація, аналіз.*

**А. О. Дегтяр**, доктор государственного управления, профессор, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

### **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПОСТРОЕНИЮ СИСТЕМЫ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ**

Приведен обзор публикаций, в которых исследованы концептуальные подходы к классификации экономической информации. Рассмотрена и дополнена сущность понятия «информационное обеспечение деятельности организаций социокультурной сферы», обосновано этапы процесса формирования организационно-информационной модели деятельности организаций социокультурной сферы. Описана система информационно-аналитического обеспечения деятельности организаций социокультурной сферы. Сделан вывод о целесообразности дальнейших научных исследований в направлении теоретического обоснования практических рекомендаций по построению системы принятия управленческих решений в организациях социокультурной сферы.

**Ключевые слова:** *организация, социокультурная сфера, информационно-аналитическое обеспечение, система, модель, экономическая информация, анализ.*

**A. O. Diehtiar**, Doctor of Public Administration, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

## **METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF INFORMATION AND ANALYTICAL SUPPORT SYSTEM OF SOCIAL AND CULTURAL SPHERE**

This paper presents a review of publications on the conceptual approaches to the classification of economic information. The essence of the concept "information support of the organizations of social and cultural sphere" has been supplemented and the process of organizational and informational model formation of the social and cultural organizations has been grounded. The author describes the system of information and analytical support of the organizations of social and cultural sphere. The conclusion has been made on the necessity of further research towards the theoretical justification of practical recommendations for developing a system of managerial decisions in the organizations of social and cultural sphere.

**Key words:** *organization, social and cultural sphere, information and analytical support, system, model, economic information, analysis.*

Нині спостерігаються динамічний розвиток ринкових відносин, інтеграція та глобалізація інформаційних процесів в Україні, що зумовлює необхідність реформування обліку, зокрема формування засад забезпечення якості надання інформації, як зовнішнім, так і внутрішнім користувачам. У зв'язку із сучасними викликами суспільства соціокультурна сфера (СКС) потребує особливої уваги. Саме тому актуальним є питання підвищення якості інформаційно-аналітичного забезпечення організацій СКС.

Різним аспектам проблеми інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності організацій за останні роки присвячено праці зарубіжних та вітчизняних економістів. У цих розвідках детально розглядається формування системи інформаційно-аналітичного забезпечення суб'єктів реального сектора економіки. Водночас питанням розробки інформаційної бази, що визначає джерела походження та види економічної інформації, за допомогою якої мають досліджуватися об'єкти аналізу [3], на сучасному етапі дослідники не приділяють належної уваги. Тому механізми організаційного забезпечення цього процесу потребують поглиблення та конкретизації.

Проблеми інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності організацій досліджували такі науковці: С. А. Кузнецова, В. О. Подольська, О. В. Яріш, С. Я. Салига, Н. В. Дацій, С. О. Корецька, Н. В. Нестеренко, К. С. Салига, Г. В. Савицька, В. Ю. Степанов, Є. О. Підгора, В. С. Рижков, В. А. Панков, А. А. Герасимов, В. В. Ровенська та ін.

Аналіз та узагальнення праць із цієї проблематики дозволяють дійти висновку, що науково-методичні підходи до питань формуван-

ня й організації інформаційно-аналітичного забезпечення організацій і оцінювання якості їх сформованості в умовах трансформації не враховують повною мірою особливості побудови організаційно-інформаційної моделі як засобу формалізації аналізу діяльності організацій СКС, про що свідчить необґрунтованість послідовності етапів формування інформаційного забезпечення організацій.

**Мета** статті — визначити сутність поняття «інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності організацій СКС» та обґрунтувати підходи до формування відповідної організаційно-інформаційної моделі.

Для досягнення мети вирішувалися такі завдання: систематизація та вдосконалення основних напрямів розробки організації інформаційного забезпечення, обґрунтування процесу розробки організаційно-інформаційної моделі аналізу діяльності організації СКС.

Перш ніж розпочати визначення та формування послідовності етапів процесу організаційно-інформаційної моделі організацій СКС, доцільно розглянути сутність понять і категорій «інформація», «забезпечення», «інформаційне забезпечення» й «інформаційне забезпечення діяльності організації».

Термін «інформація» (лат. *informatio*) означає «пояснення», «повідомлення». Він набув поширення ще наприкінці XIX ст., але спочатку використовувався лише щодо засобів зв'язку. З розвитком науки і техніки інформацію почали розглядати залежно від конкретного змісту з виокремленням її різновидів, які стосуються різних галузей діяльності людини.

Нині під інформацією розуміють сукупність корисних відомостей, вона — один із ресурсів, який можна накопичувати, реалізовувати, поновлювати, є придатною для колективного використання та в процесі споживання не втрачає своєї якості [8].

Поняття «забезпечення» визначається як дія зі значенням «забезпечити» (надавати щось у достатній кількості), задовольняти або як те, чим забезпечують (матеріальні цінності, кошти) [1].

Якщо розглянути поняття «інформація» та «забезпечення», то можна визначити категорію «інформаційне забезпечення» як процес постачання інформації будь-якого виду (структурованої або неструктурованої) та створення умов для доступу до неї; засіб або цінність, яким забезпечується користувач для задоволення своїх потреб та здійснення будь-якої діяльності.

Отже, інформаційне забезпечення в обох його аспектах, як інформаційного джерела, так і процесу, має суттєве теоретичне та практичне значення [8].



Таким чином, інформаційне забезпечення діяльності організації СКС — це постійно діюча система взаємозв'язків фахівців, обладнання і сучасних методів дослідження, призначених для збору, класифікації, аналізу, оцінки та передачі інформації, необхідної для управління організацією з метою підвищення ефективності її функціонування. Тому від якості інформаційного забезпечення діяльності організації СКС залежать і сам аналіз та прийняття управлінських рішень.

Інформаційне забезпечення діяльності організації СКС як процес має базуватися на вимогах, які поділяються на основні й другорядні.

До основних належать:

- цінність інформації для всіх користувачів;
- надійність.

У свою чергу вимога цінності поділяється на такі фактори:

- своєчасність — інформація повинна своєчасно надійти до користувача ще «свіжою», якщо така вимога не виконується, то застаріла інформація не може повною мірою відображати реальний стан підприємства;
- прогнозуючий — здатність інформації бути основою передбачення подальших перспектив підприємства.

Цінність зворотного зв'язку, що надає можливості користувачеві інформації з'ясувати, наскільки правильними були оцінки перспектив роботи підприємства, надані раніше.

До вимоги надійності належать такі фактори:

- адекватність опису діяльності організації СКС — інформація повинна відображати сутність господарської діяльності організації;
- нейтральність звітності, тобто укладачі не виявляють негативного ставлення до користувачів щодо прийняття певного управлінського рішення;
- перевіреність, тобто здійснення певних аудиторських перевірок з метою дослідження вірогідності первинного документування.

Другорядними вимогами слід уважати такі, як:

- зіставність — можливість порівняння (зіставлення) даних звітності про роботу певної організації СКС з іншими даними, обраними за багатьма ознаками;
- сталість — дотримання визначених процедур складання звітності в межах одного облікового періоду (року) [6].

З огляду на роль інформаційного забезпечення на сучасному етапі, основна вимога — корисність — свідчить про його якість та ефективність. У такому разі основними завданнями інформаційного забезпечення є:

- створення повного фонду інформації;
- створення умов для інформаційного забезпечення на різних рівнях;
- об'єднання інформаційних потоків різних рівнів;
- забезпечення єдності процесу отримання та передачі інформації;
- стандартизація процесу інформаційного забезпечення;
- доступність для користувачів з різними рівнем підготовки та фінансовими можливостями [1].

Для того, щоб ґрунтовно дослідити виконання завдань інформаційного забезпечення, потрібно побудувати організаційно-інформаційну модель аналізу діяльності організації СКС, яка є стислою характеристикою його суб'єктів та об'єктів, мети і завдань, системи показників. Останні визначають параметри об'єктів, інформаційної бази, методів та прийомів перетворення економічної інформації, узагальнення результатів аналізу. Ця модель поєднує дві основні складові аналізу діяльності організації СКС: організаційну й інформаційну. Організаційна вирішує питання стосовно характеристики його суб'єктів, об'єктів, мети і завдань та методичного забезпечення, інформаційна — створення інформаційної бази аналізу: визначення джерел інформації, характеристику інформаційного забезпечення та розробку системи показників, за допомогою яких передбачається досліджувати об'єкти аналізу [3].

Організаційно-інформаційна модель аналізу діяльності організації СКС має шість взаємопов'язаних складових:

Мета і завдання аналізу діяльності організації СКС передбачають визначення етапів аналітичної діяльності та системи знань, послідовне використання яких зумовить досягнення результатів.

Об'єкти і суб'єкти аналізу — характеризує об'єкти аналітичної діяльності й основні їх параметри, а також суб'єкти аналізу, які досягають поставленої мети аналізу.

Система економічних показників аналізу діяльності організації СКС досліджує об'єкти аналізу, з визначенням певних термінів тривалості аналітичного періоду.

Інформаційне забезпечення аналізу діяльності організації СКС — визначає походження та види економічної інформації, за допомогою яких досліджуються об'єкти аналізу.

Методика обробки первинної інформації — передбачає характеристику системи методів та прийомів обробки економічної інформації.

Узагальнення і реалізація результатів аналізу діяльності організації СКС — заключний етап аналізу, який завершується прийняттям

управлінських рішень щодо подальшого розвитку об'єктів аналізу [7], зокрема визначення головних напрямів підвищення ефективності використання фінансового потенціалу підприємства.

Таким чином, наскільки повно будуть розглянуті етапи побудови організаційно-інформаційної моделі аналізу діяльності організацій СКС, настільки й повно та якісно буде розкрито відповідне інформаційно-аналітичне забезпечення.

Як відомо, найважливішою складовою управлінського процесу, основою аналізу, зокрема стосовно діяльності організації СКС, є система економічної інформації – сукупність даних, які на основі попереднього якісного пізнання переважно кількісно відображають соціально-економічні відносини та використовуються для аналізу, управління, планування і прогнозування соціально-економічного розвитку [3].

Система економічної інформації двозначно пов'язана з аналізом. З одного боку, аналіз використовує дані з економічної інформації, яка є відправною точкою для аналізу. З іншого – у результаті здійснення аналізу виникає нова інформація, що використовується в майбутньому, зокрема під час планування й управління.

Не будь-яку інформацію про діяльність організації СКС можна отримати зі стандартних форм звітності. Іноді для цього необхідно проводити спеціальні спостереження з використанням законів статистики щодо максимально допустимого розміру вибірки, прийомів маркетингових досліджень.

У процесі аналізу діяльності організації СКС, побудови інформаційної системи слід зважати на основні характеристики економічної інформації, які безпосередньо впливають на вибір інформаційних технологій рішення аналітичних завдань та прийняття відповідних управлінських рішень.

Концептуальні підходи до класифікації економічної інформації ілюструє табл. 1.

Таблиця 1

ПІБ	Класифікаційні ознаки	Види інформації
Савицька Г. В.	Планово-нормативна	Матеріали бізнес-планів, норми витрат і нормативи, прейскуранти цін і тарифів, законодавчі акти, інструкції, договори, технологічна документація тощо
	Дані бухгалтерського, статистичного й оперативного обліку та звітності	Документи бухгалтерського, статистичного й оперативного обліку та звітності
	Внутрішня позаоблікова інформація	Накази, виробниче листування, довідки про перевірки й акти ревізій (аудиту), протоколи виробничих нарад, доповідні записки та ін.
	Зовнішня інформація	Звітні дані споріднених підприємств та матеріали галузевих видань, збірники статистичних матеріалів як вітчизняних, так і зарубіжних установ, дані переписів та анкетних обстежень
	Дані особистих спостережень аналітика	Виробничі екскурсії, хронометраж робочого дня, опитування працівників підприємства [5]
Костенко Т. Д. Підгора Є. О. Рижков В. С. Панков В. А. Герасимов А. А. Ровенська В. В.	Звітні джерела	Документи бухгалтерського, статистичного й оперативного обліку та звітності
	Нормативні документи й дані планів	Перспективні, поточні, оперативні, бізнес-плани, плани-графіки виробництва, технологічна документація, а також норми й нормативні витрати матеріалів, трудових процесів, кошторису, ціnnики
	Необлікові джерела інформації	Офіційні нормативні документи (Закони України, Укази Президента, Постанови Уряду й місцевих органів влади), матеріали, акти, підсумки внутрішнього й зовнішнього аудиту, внутрішньовідомчих і позавідомчих ревізій, перевірок діяльності податковою службою, кредитними установами, господарсько-правові документи, технічна і технологічна документація, спеціальні спостереження, доповідні записки, переписка з контрагентами, реклама [2]

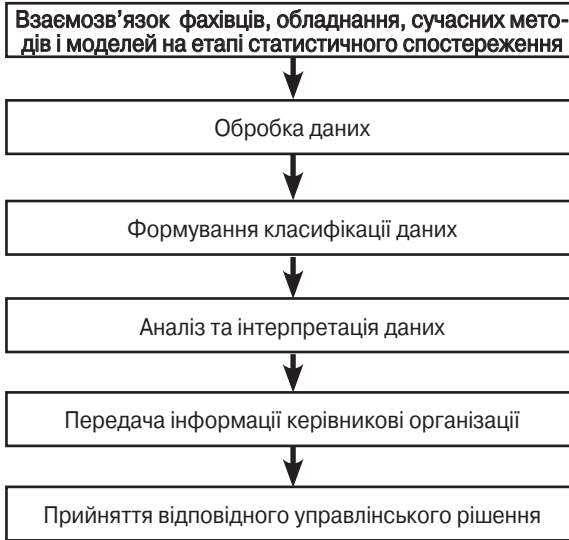
Подольська В. О. Яріш О. В.	За економічним змістом та джерелами інформації	Бухгалтерська, статистична, оперативно-технічна і податкова звітність
	За місцем використання	Зовнішня і внутрішня звітність
	За порядком регулювання та роллю в управлінні	Державна та внутрішньогосподарська (управлінська) звітність
	За призначенням	Загальнодержавна та відомча звітність
	За обсягом показників	Коротка та повна звітність
	За ступенем узагальнення даних	Первинна, зведена та консолідована звітність
	Залежно від періоду	Проміжна та річна звітність [4]
Митрофанов Г. В. Кравченко Г. О. Барабаш Н. С.	За джерелом формування	Правова, директивна, нормативно-довідкова, прогнозна, планова та фактографічна інформація
	За напрямом використання	Інформація, що характеризує законодавчу, директивну, нормативно-довідкову, планову базу фінансового аналізу та фактографічну інформацію
	За місцем утворення	Внутрішня і зовнішня інформація [3]

Розглянувши вищенаведені концептуальні підходи до класифікації економічної інформації, слід зазначити три основні їх види:

1. Законодавчо-нормативна інформація (державні, регіональні закони, акти, нормативні документи підприємства – службові інструкції, облікова ставка тощо).
2. Планова інформація (бізнес-плани, плани-графіки виробництва, технологічна документація тощо).
3. Інформація статистичної або бухгалтерської звітності.

Для отримання, зберігання, переробки та використання фінансово-економічної інформації організації СКС необхідна науково обґрунтована система інформаційно-аналітичного забезпечення її діяльності.

Інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності організації СКС являє собою процес безперервного цілеспрямованого підбору відповідних інформаційних показників, які б повністю відображали всі аспекти діяльності організації (рис. 1).



*Рис. 1. Система інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності організації СКС*

Науково обґрунтована система прийняття управлінських рішень в організаціях СКС є темою подальших наукових розвідок.

### **Список використаних джерел**

1. Іванова В. Щодо формування системи інформаційного забезпечення розвитку економіки України / В. Іванова // Економіст. — 2008. — №4 — С. 61–63.
2. Костенко Т. Д. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства : навч. посіб. / Т. Д. Костенко та ін. — Київ : Центр навч. літ., 2005. — 400 с.
3. Митрофанов Г. В. Фінансовий аналіз / Г. В. Митрофанов та ін. ; за ред. проф. Г. В. Митрофанова. — Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. — 301 с.
4. Подольська В. О. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / В. О. Подольська, О. В. Яріш. — Київ : Центр навч. літ., 2007. — 488 с.
5. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства / Г. В. Савицька. — Київ : Знання, 2005. — 662 с.
6. Салига С. Я. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / С. Я. Салига та ін. — Київ : Центр навч. літ., 2006. — 210 с.
7. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. — Київ : КНЕУ, 2006. — 316 с.
8. Чумаченко М. Г. Економічний аналіз / М. Г. Чумаченко. — Київ : КНЕУ, 2001. — 540 с.

### **References**

1. Ivanova V. Shchodo formuvannya systemy informatsiynoho zabezpechennya rozvytku ekonomiky Ukrainy / V. Ivanova // Economist. — 2008. — №4 — s. 61–63.

2. Kostenko T. D. Ekonomichnyy analiz i diahnozyka stanu suchasnoho pidpryemstva : Navch. posib. / T. D. Kostenko ta in. — Kyiv : Tsentr navch. lit., 2005. — 400 s.
3. Mytrofanov H. V. Finansovyi analiz / H. V. Mytrofanov ta in. ; za red. prof. H. V. Mytrofanova. — Kyiv : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2002. — 301 s.
4. Podolska V. O. Finansovyi analiz : navch. posib. / V. O. Podolska, O. V. Yarish. — Kyiv : Tsentr navch. lit., 2007. — 488 s.
5. Savytska H. V. Ekonomichnyi analiz diyalnosti pidpryemstva / H. V. Savytska. — Kyiv : Znannya, 2005. — 662 s.
6. Salyha S. Y. Finansoviy analiz : navch. posib. / S. Y. Salyha ta in. — Kyiv : Tsentr navch. lit., 2006. — 210 s.
7. Fedonin O. S. Potensial pidpryemstva: formuvannya ta otsinka / O. S. Fedonin, I. M. Ryepina, O. I. Oleksyuk. — Kyiv : KNEU, 2006. — 316 s.
8. Chumachenko M. H. Ekonomichnyi analiz / M. H. Chumachenko. — Kyiv : KNEU, 2001. — 540 s.

UDC [658.14]

## METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF INFORMATION AND ANALYTICAL SUPPORT SYSTEM OF SOCIAL AND CULTURAL SPHERE

**Diehtiar A. O.**, Doctor of Public Administration, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**The aim** of this paper is to explore methodological approaches to the development of information and analytical support system of the social and cultural sphere organizations.

**Research methodology.** The fundamental provisions of state administration theory and other social sciences and humanities as well as scientific works of national and foreign researchers in the issues of informational and analytical activities of organizations have been applied as a basis of methodological and theoretical studies. The article is based on the system approach, which consists of complex research of the information and analytical system of social and cultural organization activity. The logical and semantic approach has been applied to explain the conceptual apparatus during of the main phases of developing the information and analytical system of social and cultural organization activities. The comparative analysis has been applied to research the methodological approaches of leading national and foreign scientists.

**Results.** The information and organizational model has the following interrelated components:

The system of economic indicators of the organization of SCS explores the analyzed objects with the definition of the terms of the analytical period.

The information support of the SCS organization analysis defines the origin and types of economic information by which the objects of the analysis are investigated.

Methods of primary data treatment provide the characterization of system methods and techniques of economic information.

**Novelty.** The theoretical justification of the information and analytical system of social and cultural organization activities.

**The practical significance.** The results can be used in the organizations of social and cultural sphere for developing modern systems of information and analytical activities.

Надійшла до редколегії 20.02.2015 р.

УДК 007:304:002:347.71

**О. В. Шевченко**, кандидат історичних наук, доцент, докторант, Харківська державна академія культури, м. Харків

### **СПЕЦИФИКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБИГУ В КОМЕРЦІЙНІЙ ГАЛУЗІ (НА ПРИКЛАДІ СИСТЕМИ ПРЕМІУМ-КЛАСУ «ДІЛО»)**

Досліджено електронний документообіг комерційних підприємств на прикладі системи преміум-класу «ДІЛО», визначено основні принципи його впровадження і функціонування. Особлива увага приділена розробці номенклатури справ, що значно полегшує пошук електронних документів та забезпечує умови для впровадження функціонування електронного документообігу. Розглянуто систему електронного документообігу преміум-класу «ДІЛО» в порівняльній характеристиці з іншими системами й перелічено її переваги.

**Ключові слова:** електронний документообіг, система «ДІЛО», торговельна документація, документаційне забезпечення, номенклатура справ.

**Е. В. Шевченко**, кандидат исторических наук, доцент, докторант, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

### **СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА В КОММЕРЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ (НА ПРИМЕРЕ СИСТЕМЫ ПРЕМИУМ-КЛАССА «ДЕЛО»)**

Исследован электронный документооборот коммерческих предприятий на примере системы премиум-класса «ДЕЛО», определены основные принципы его внедрения и функционирования. Особое внимание уделено разработке номенклатуры дел, что значительно облегчает поиск электронных документов и обеспечивает условия для внедрения функционирования электронного документооборота. Рассмотрена система электронного документооборота премиум-класса «ДЕЛО» в сравнительной характеристике с другими системами и перечислены ее преимущества.

**Ключевые слова:** электронный документооборот, система «ДЕЛО», торговая документація, документаційне забезпечення, номенклатура дел.

**O. V. Shevchenko**, Candidate of Historical Sciences, Assistant Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

### **SPECIFICITY OF FUNCTIONING OF ELECTRONIC DOCUMENT CIRCULATION IN COMMERCIAL SECTOR: CASE STUDY PREMIUM CLASS SYSTEM "DILO"**

Electronic document circulation of commercial enterprises using the example of a premium-class "Dilo" is investigated. It brings together the documentation of commercial enterprises into a single information environment and provides communication interaction of employees in carrying out the business management functions of commercial information. The basic principles of its implementation and functioning in the comparative analysis of other systems are defined and its advantages are listed; special attention is paid to developing the File Register



that considerably facilitates searching the electronic documents and provides the conditions for the implementation of electronic document circulation.

**Key words:** electronic documents circulation, system "Dilo", marketing documentation, document support, File Register.

**Постановка проблеми.** Ринкові економічні процеси змусили комерційні підприємства України переглянути свою політику щодо ефективності використання наявних інформаційних ресурсів з метою вирішення проблем конкурентоспроможності й економічної стабільності, поліпшення інфраструктури.

В умовах тривалої економічної та фінансової кризи в Україні слід активізувати діяльність комерційних підприємств, використовувати нові підходи до документального забезпечення комерційної діяльності.

**Останні дослідження та публікації.** Проблеми документообігу на підприємствах досліджують вітчизняні науковці-економісти, серед яких В. Я. Воропаєва, В. Ф. Шапо, О. В. Кіщенко та ін. [1, 7, 8].

Питання стандартизації в електронних документах вивчають О. Охтень і М. Кисельов [9], особливостям систем електронного документообігу в державних органах України присвятили свої праці науковці С. В. Радченко, І. Л. Бородкіна та ін. [3].

**Мета статті** – висвітлити основні принципи і проблеми функціонування електронного документообігу комерційних підприємств на прикладі системи преміум-класу «ДІЛО», розглянути процедуру складання номенклатури справ як підґрунтя для функціонування електронного документообігу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Комерційна діяльність являє собою сукупність функціонально взаємопов'язаних організацій та інституцій (матеріально-технічних, інституціональних, економічних, соціально-культурних), що забезпечують процеси реалізації, регулювання, організації, взаємодії й управління.

Одним із головних пріоритетів функціонування комерційної галузі України є створення її інформаційної бази й умов, що забезпечать рух, оперативний пошук і збереження електронних документів.

У прийнятті найоптимальніших рішень важливу роль відіграє інформаційна база, яка є основою електронного документообігу підприємства і складається з процесів створення, обробки, передавання, одержання, зберігання, використання інформації за допомогою комп'ютерних мереж, що слугують основою системи управління електронними документами (СУЕД) або Electronic Document Management Systems (EDMS).

Система електронного документообігу (СЕДО) інтегрує документацію комерційних підприємств у єдине інформаційне середовище, забезпечує комунікаційну взаємодію співробітників під час виконання ними ділових функцій управління комерційною інформацією.

Порядок електронного документообігу визначається такими нормативними документами: Законом України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22 травня 2003 р. 851-IV; Законом України «Про електронний цифровий підпис» від 22 травня 2003 р.; Постановою №1453 від 28 жовтня 2004 р. «Про затвердження Типового порядку здійснення електронного документообігу в органах виконавчої влади»; Постановою №1153 від 17 жовтня 1997 р. зі змінами від 22 травня 2003 р. «Про затвердження Примірної інструкції з діловодства в міністерствах, інших центральних органах виконавчої влади, Раді міністрів Автономної Республіки Крим, місцевих органах виконавчої влади»; Постановою № 1893 від 27 листопада 1998 р. зі змінами від 13 березня 2002 р. «Про затвердження Інструкції про порядок обліку, зберігання і використання документів, справ, видань та інших матеріальних носіїв інформації, які містять конфіденційну інформацію, що є власністю держави» та ін.

Електронний документообіг у комерційних установах здійснюється залежно від їх виду, особливостей роботи, обсягу документопотоку, який визначається кількістю вхідних, вихідних, внутрішніх документів на рік. Означені організації поділяються на чотири категорії, згідно з обсягом документопотоку: понад 100000; від 25000 до 100000; 10000-25000; до 10000 документів на рік.

Необхідно зазначити те, що торговельна документація, яку опрацьовують комерційні підприємства, має дві форми — паперову й електронну. Це є наслідком того, що сучасні засоби підготовки документів передбачають їх електронну форму, а нормативна база та правила їх зберігання — паперову. Юридична чинність і доказовість електронної торговельної документації надаються за допомогою електронного підпису, який, згідно зі статтею 6 Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг», є обов'язковим реквізитом електронного документа [5].

Основною характеристикою документообігу є маршрут руху документів, а головне правило організації документообігу — оперативне проходження.

Нині серед методів, спрямованих на вдосконалення документування комерційної галузі, виокремлюються дві групи: вдосконалення технології документообігу та скорочення його обсягу.

Так, до першої групи належать усі процедури проходження документів у комерційній установі: створення моделей документообігу, складання маршрутних карт технологічного процесу, розробка раціональних схем документообігу та руху документації та ін.

Друга група — скорочення обсягу документообігу, що пов'язано з регламентацією документування, зменшенням кількості внутрішніх документів, раціоналізацією документації, створенням уніфікованих систем документації, розробкою уніфікованих вимог до текстів, а також використанням бездокументних зв'язків.

Нині в комерційній діяльності України використовується значна кількість систем управління електронним документообігом (СУЕД), мета яких — розподіл інформаційних ресурсів підприємств галузі таким чином, щоб вони перебували під захистом і їх можна було знайти, отримати та переслати. Серед зазначених СУЕД надається перевага:

- системам електронного документообігу й автоматизації бізнес-процесів Megapolis DocNet ([www.inbase.com.ua](http://www.inbase.com.ua)); «MasterDoc» ([www.bkc.com.ua](http://www.bkc.com.ua)); «ДІЛО» ([www.eos.com.ua](http://www.eos.com.ua)); «Fosdoc» ([www.fosdoc.com.ua](http://www.fosdoc.com.ua)); АСКОД ([www.infoplus.ua](http://www.infoplus.ua));
- програмно-методичному комплексі класу управління документами (Enterprise Content Management) і бізнес-процесами (Business Process & Workflow Management), програмного продукту «ІНТАЛЄВ: Корпоративні документи і процеси» ([www.intalev.ua](http://www.intalev.ua)).

Розглянемо детальніше систему електронного документообігу преміум-класу «ДІЛО». Перша версія системи «ДІЛО» створена компанією «НетКом Технологі» — лідером на українському ринку систем автоматизації документообігу в 1996 р.; нині її використовують понад 3500 компаній, установ, організацій України та інших країн СНД. Система «ДІЛО» має такі переваги:

- адаптована до специфіки документообігу від одного робочого місця до тисячі;
- реєструє документи, формує реєстраційно-контрольні картки, в яких фіксуються відомості про документ і його номер, міститься набір метаданих і реквізитів; крім того, система дозволяє в автоматизованому режимі реєструвати передані електронною поштою документи і, з метою полегшення їх обробки, підтримує роботу з МАРІ (сумісними поштовими програмами);
- забезпечує конфіденційність інформації і відповідність нормативним вимогам міжнародних стандартів ISO 15489-2001 «Інформація та документація — Управління документацією»

- (ISO 15489-2001 Information and documentation — Records management)», ISO/IEC 17799:2000 «Інформаційні технології — Практичний посібник з керування інформаційною безпекою»;
- використовує криптографічні засоби для захисту електронного документообігу, оскільки компанія «Електронні офісні системи» має сертифікати для застосування засобів захисту інформації у своїх продуктах;
  - переводить паперові документи в електронну форму за допомогою опції «Потокове сканування», що значно скорочує затрати праці щодо введення інформації для комерційних підприємств із значним документопотоком; крім того, на документі друкується штрих-код, який містить ідентифікаційний номер документа, в процесі сканування система аналізує штрих-код і, відповідно до зазначеної інформації, здійснює обробку відсканованих документів, результати якої направляються до відповідного персонального комп'ютера;
  - дозволяє працювати з документами як у локальній мережі, так і через інтернет, що полегшує роботу комерційних підприємств з територіально розподіленою структурою — таким чином співробітники віддаленої філії стають рівноправними учасниками документообігу в межах підприємства;
  - підтримує повний цикл роботи з проектами документів: створення, редагування, узгодження, підписання, реєстрація вихідного або внутрішнього документа, при цьому використовується особливий тип реєстраційної картки, що містить набір реквізитів. Виконавець подає маршрут руху проекту документа та вказує посадових осіб, яким він адресується. Процес руху проекту документа автоматично оновлюється та відображається на робочому столі виконавця;
  - забезпечує роботу з дорученнями, які на підставі документа видає вповноважена особа. Керівники автоматично розсилають доручення виконавцям;
  - надає користувачеві «віртуальне робоче місце» — особистий кабінет, що являє собою набір папок, у які групуються документи: «надіслані», «на виконанні», «на контролі», «у керівництва», «на розгляді», «у справу», «керування проектами документів», «на візуванні», «на підпис». Крім того, система інформує власника кабінету про надходження до папок нових документів або зміну їх статусу;
  - за допомогою функції «опис справ» формує справи: підтримує номенклатуру справ; списує документи в справу; переглядає

документи, списані в справу; автоматично перелічує сторінки в справі; відкриває і закриває справу для надходження нових документів;

- надає пошукових можливостей з метою одержання інформації з бази даних (рис. 1) [4].

Нині система «ДІЛО» – це тиражний «коробковий» продукт, завдання якого полягає в урегулюванні електронного документообігу комерційних підприємств; його можна використовувати як у невеликих комерційних компаніях, так і в холдингових структурах [4].

Слід звернути увагу на розробку номенклатури справ як основи організації електронного документообігу на комерційному підприємстві й головного облікового документа. Якісно складена номенклатура справ забезпечує чітко налагоджене поточне збереження документів.

Вибір класифікаційної схеми номенклатури справ залежить від організаційної структури підприємства, спектра його функцій та ін.

Під час побудови номенклатури справ необхідно зважати на застосування індексації документів, що забезпечить унесення змін до розділів, виправлення та ін.; правильність вибору виду номенклатури справ (індивідуальну або типову), оскільки індивідуальна відбиває документи конкретної організації, а типова є обов'язковою.

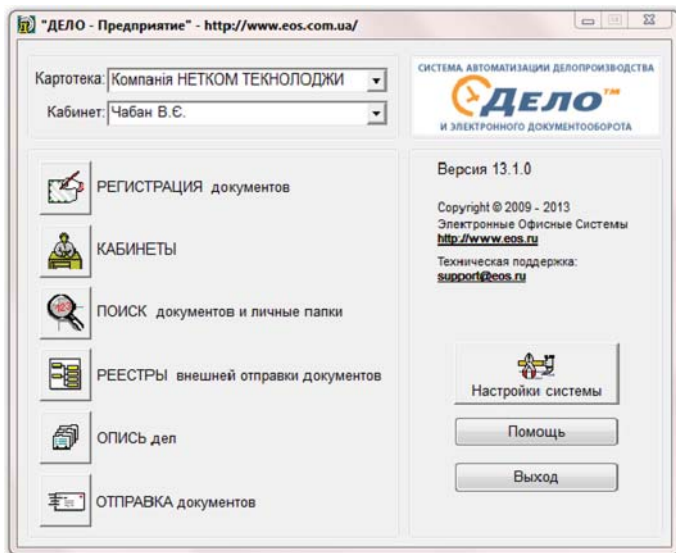


Рис. 1. Вигляд діалогового вікна «ДІЛО – Підприємство»

Проте кожній комерційній організації необхідно мати власну номенклатуру справ. Рекомендуємо зведену номенклатуру справ з урахуванням номенклатури підрозділів і узгодженням з архівною установою. Канцелярії (секретаріатові) комерційного підприємства слід мати щорічний примірник номенклатури справ з перескладанням, перезатвердженням у разі змін функцій, структури підприємства.

Згідно з Наказом Державного комітету архівів України «Про затвердження Змін до Правил роботи архівних підрозділів органів державної влади, місцевого самоврядування, підприємств, установ і організацій» від 16 березня 2001 р. № 16, номенклатура справ має містити перелік структурних підрозділів підприємства і документів, які використовуються і складаються за наведеною формою (рис. 2) [6].

Індекси справ	Найменування структурних підрозділів і справ	Кількість справ (томів)	Термін зберігання і статті за переліком	Примітка

*Рис. 2. Форма складання номенклатури справ для підприємства*

При формуванні номенклатури справ складність виникає у розробці індексів (кодових позначень) документів, оскільки індекси однотипних документів використовуються в різних структурних підрозділах підприємств. Під час розробки кодів слід використовувати структуру коду, його інформаційну ємність [2].

Рекомендуємо використовувати можливості табличного процесора MS Excel для складання номенклатури справ комерційних підприємств.

**Висновки.** Отже, здійснене дослідження дозволяє дійти висновків про те, що електронний документообіг комерційних підприємств — це рух документів з моменту їх створення або отримання до завершення виконання або відправлення. Оптимізація процесу документування комерційних підприємств базується на вдосконаленні технології документообігу та скороченні його обсягу.

Нині слід приділити значну увагу вдосконаленню технології документообігу комерційних підприємств за допомогою широкого застосування автоматизованих систем документообігу.

Завдяки використанню системи преміум-класу «ДІЛО» комерційні підприємства набувають можливості поліпшити якість управління та функціонування.

Крім того, важливою є обов'язковість ведення номенклатури справ на кожному комерційному підприємстві, що значно сприятиме

оперативному пошуку електронних документів, забезпечить упродовження функціонування електронного документообігу.

Подальші наукові дослідження пов'язані з висвітленням особливостей функціонування в комерційній діяльності систем електронного документообігу OPTIMA-WorkFlow та «Megapolis. Документообіг».

### Список використаних джерел

1. Воропаєва В. Я. Анализ требований к созданию серверной подсистемы при построении информационных систем предприятий / В. Я. Воропаева, В. Ф. Шапо // *Наук. пр. ДонНТУ. Серія : Обчислювальна техніка та автоматизація.* — 2009. — Вип. 17. — С. 18.
2. Загорецька О. Методика розроблення типових і примірних номенклатур справ [Електронний ресурс] / О. Загорецька // *Діловодство.* — 2013. — № 4. — С. 62–71. — Режим доступу : [http://www.undiasd.archives.gov.ua/doc/zmi/DK\\_04\\_2013.pdf](http://www.undiasd.archives.gov.ua/doc/zmi/DK_04_2013.pdf). — Назва з екрана.
3. Кіщенко О. В. Теоретичний аспект використання систем електронного документообігу в корпораціях [Електронний ресурс] / О. В. Кіщенко // *Вісн. ОНУ ім. І. І. Мечникова.* — 2014. — Т. 19. — Вип. 2/6. — С. 175–178. — Режим доступу: [http://www.visnyk-onu.od.ua/journal/2014\\_19\\_2\\_6/39.pdf](http://www.visnyk-onu.od.ua/journal/2014_19_2_6/39.pdf). — Назва з екрана.
4. Компанія НетКомТехнолоджи. Все про електронний документообіг. ДІЛО: Склад системи [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.eos.com.ua/>. — Назва з екрана.
5. Про електронні документи та електронний документообіг [Електронний ресурс] : Закон України 851-IV від 22.05.2003 р. — [Чинний від 24.06.2005 р.]. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show>. — Назва з екрана.
6. Про затвердження Змін до Правил роботи архівних підрозділів органів державної влади, місцевого самоврядування, підприємств, установ і організацій [Електронний ресурс] : Наказ Державного комітету архівів України від 16 березня 2001 року № 16. — Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1010-08>. — Назва з екрана.
7. Радченко С. В. Особливості систем електронного документообігу у державних органах України [Електронний ресурс] / С. В. Радченко. — Режим доступу : [http://www.archives.gov.ua/Publicat/AU/AU\\_4\\_2013/02.pdf](http://www.archives.gov.ua/Publicat/AU/AU_4_2013/02.pdf). — Назва з екрана.
8. Охріменко Г. В. Реалізація функції реєстрації в системах електронного документообігу “Електронний ресурс” / Г. В. Охріменко // *Наук. записки. Серія «Культура та соціальні комунікації».* — Острого : Вид-во нац. ун-ту «Острозька академія», 2010. — Вип. 2. — С. 237–245. — Режим доступу : <http://www.eprints.ou.edu.ua/236/1/Realizacija.pdf>. — Назва з екрана.
9. Охтень О. Електронні документи і стандартизація / О. Охтень, М. Кисельов // *Право України.* — 1998. — № 3. — С. 45–48, 61.

### References

1. Voropayeva V. Ya. Analiz trebovaniy k sozdaniyu servernoy podsystemy pri postroyenii informatsionnykh sistem predpriyatiy / V. Ya. Voropayeva, V. F. Shapo // *Nauk. pr. DonNTU. Seriya : Obchislyvalna tekhnika ta avtomatizatsiya.* — 2009. — Vip. 17. — S. 18 (2).
2. Zahoretska O. Metodyka rozroblennia typovykh i prymirnykh nomenklatur sprav [Elektronnyi resurs] / O. Zahoretska // *Dilovodstvo.* — 2013. — № 4. — S. 62–71. —

- Rezhym dostupu : [http://www.undiasd.archives.gov.ua/doc/zmi/DK\\_04\\_2013.pdf](http://www.undiasd.archives.gov.ua/doc/zmi/DK_04_2013.pdf). — Nazva z ekrana.
3. Kishchenko O. V. Teoretychnyi aspekt vykorystannia system elektronnoho dokumentoobihu v korporatsiiakh [Elektronnyi resurs] / O. V. Kishchenko // Visn. ONU im. I. I. Mechnykova. — 2014. — T. 19. — Vyp. 2/6. — S. 175–178. — Rezhym dostupu : [http://www.visnyk-onu.od.ua>journal/2014\\_19\\_2\\_6/39.pdf](http://www.visnyk-onu.od.ua>journal/2014_19_2_6/39.pdf). — Nazva z ekrana.
  4. Kompaniia NetKomTekhnolodzhy. Vse pro elektronnyi dokumentoobih. DILO: Sklad systemy [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.eos.com.ua/>. — Nazva z ekrana.
  5. Pro elektronni dokumenty ta elektronni dokumentoobih [Elektronnyi resurs] : Zakon Ukrainy 851-IV vid 22.05.2003 r. — [Chynnyi vid 24.06.2005 r.]. — Rezhym dostupu : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show>. — Nazva z ekrana.
  6. Pro zatverdzhennia Zmin do Pravyly roboty arkhivnykh pidrozdiliv orhaniv derzhavnoi vlady, mistsevoho samovriaduvannia, pidpriemstv, ustanov i orhanizatsii [Elektronnyi resurs] : Nakaz Derzhavnogo komitetu arkhiviv Ukrainy vid 16 bereznia 2001 roku № 16. — Rezhym dostupu: <http://www.zakon.rada.gov.ua>laws/show/z1010-08>. — Nazva z ekrana.
  7. Radchenko S. V. Osoblyvosti system elektronnoho dokumentoobihu u derzhavnykh orhanakh Ukrainy [Elektronnyi resurs] / S. V. Radchenko. — Rezhym dostupu : [http://www.archives.gov.ua>Publicat/AU/AU\\_4\\_2013/02.pdf](http://www.archives.gov.ua>Publicat/AU/AU_4_2013/02.pdf). — Nazva z ekrana.
  8. Okhrimenko H. V. Realizatsiia funktsii reiestratsii v systemakh elektronnoho dokumentoobihu “Elektronnyi resurs” / H. V. Okhrimenko // Nauk. zapysky. Seriia «Kultura ta sotsialni komunikatsii». — Ostroh : Vyd-vo nats. un-tu «Ostrozka akademiia», 2010. — Vyp. 2. — S. 237–245. — Rezhym dostupu : <http://www.eprints.oa.edu.ua>236/1/Realizacijah.pdf>. — Nazva z ekrana.
  9. Okhten O. Elektronni dokumenty i standartyzatsiia / O.Okhten, M. Kyselov // Pravo Ukrainy. — 1998. — № 3. — S. 45–48, 61.



UDC 007:304:002:347.71

## **SPECIFICITY OF FUNCTIONING OF ELECTRONIC DOCUMENT CIRCULATION IN COMMERCIAL SECTOR: CASE STUDY PREMIUM CLASS SYSTEM “DIL0”**

**Shevchenko O. V.**, Candidate of Historical Sciences, Assistant Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

*galia.drozdova2011@yandex.ua*

**The aim of the article** is to highlight the main principles and problems of electronic document circulation of commercial enterprises using the example of a premium-class “Dilo”. The author considers the procedure of bringing together the file catalogue as a basis for the functioning of electronic document circulation.

**Research methodology.** The author has applied the following basic methods of scientific research: systematic observation; the comparative analysis of other systems of electronic document circulation and the system of the premium class “Dilo”; analysis and synthesis in studying the possibilities of using the premium class system “Dilo” in commercial activities of Ukraine.

**Results.** Electronic document circulation system unifies the documentation of commercial enterprises into a single information environment and provides communication interaction of employees in carrying out the business management functions of commercial information. The author has suggested developing the File Register taking into account file catalogues of structural subunits and getting agreement from the archive office. The basic implementation principles of the premium class system of electronic document circulation “Dilo” are considered in comparison with other systems and its main nine advantages are listed.

**Novelty.** The automatic document circulation system of the premium class “Dilo” improves the quality of management and functioning the commercial enterprises.

**The practical significance.** The premium class system “Dilo” makes it possible to organize electronic documents circulation, optimize documentation process of an enterprise and improve document circulation technology.

**Key words:** electronic documents circulation, system “Dilo”, marketing documentation, document support, File Register.

Надійшла до редколегії 19.03.2015 р.

УДК (002+ 347) 004.9

**О. О. Вдовіна**, аспірант, Харківська державна академія культури, м. Харків

## **ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ В СИСТЕМІ СУДОЧИНСТВА УКРАЇНИ**

Розглянуто й проаналізовано організаційні та технологічні питання впровадження електронного документообігу в судову систему України. Розкрито функціональні можливості автоматизованої системи документообігу суду та відповідні результати щодо підвищення ефективності професійного діловодства. Характеризуються сучасний стан і проблеми інформатизації документообігу в українських судах. Описано головні завдання перспективного розвитку систем електронного документообігу у сфері українського судочинства.

**Ключові слова:** *документообіг, діловодство, електронний документообіг, інформатизація, судочинство, судова система, Україна.*

**Е. А. Вдовина**, аспірант, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

## **ПРИМЕНЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА В СИСТЕМЕ СУДОПРОИЗВОДСТВА УКРАИНЫ**

Рассмотрены и проанализированы организационные и технологические вопросы внедрения электронного документооборота в судебную систему Украины. Раскрыты функциональные возможности автоматизированной системы документооборота суда и соответствующие результаты относительно повышения эффективности профессионального делопроизводства. Характеризуются современное состояние и проблемы информатизации документооборота в украинских судах. Описаны основные задачи перспективного развития систем электронного документооборота в сфере украинского судопроизводства.

**Ключевые слова:** *документооборот, делопроизводство, электронный документооборот, информатизация, судопроизводство, судебная система, Украина.*

**О. О. Vdovina**, postgraduate student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

## **APPLICATION OF ELECTRONIC DOCUMENT CIRCULATION IN LEGAL PROCEEDINGS OF UKRAINE**

The organizational and technological issues of electronic document circulation in the judicial system of Ukraine are reviewed and analyzed. Functional capabilities of automatization workflow system in courts and the effectiveness of professional clerical work are described. The author characterizes the current state and problems of informatization of document circulation in Ukrainian courts. The basic problems of long-term development of electronic document management systems in Ukrainian legal proceedings are described.

**Key words:** *document circulation, proceedings, electronic document management, information, legal proceedings, judicial system, Ukraine.*

Ефективний розвиток системи державного управління та впровадження адміністративної реформи в Україні потребують сучасних підходів до організації діяльності органів державної влади, покликаних реалізовувати державну політику в різних галузях господарського комплексу. Основна умова ухвалення управлінських рішень для якісної реалізації державної політики — достовірна та повна інформація щодо реального стану справ на місцях. Тому актуальним є питання оперативного отримання інформації за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних засобів.

Нині в Україні широко впроваджуються інформаційні технології в усіх сферах правотворчої, правозахисної та правоохоронної діяльності. Розроблені потужні інформаційно-пошукові, інструментальні й операційні системи, які забезпечують оперативний доступ до інформації, а відтак оптимізують діяльність тієї чи іншої правової інституції. Це, безумовно, сприяє зміцненню правової системи держави, захисту прав і основних свобод людини.

Формою долучення інформаційних технологій до роботи суду є розроблення та впровадження в судах систем електронного документообігу, який є основою електронного врядування і має значні переваги порівняно зі звичним, паперовим, документообігом. Зокрема, окрім підвищення культури діловодства, забезпечується економія коштів на тиражування та пересилання численних документів, що надзвичайно актуально за сучасних умов обмеженого фінансування місцевих органів влади. Електронний документообіг — це високотехнологічний і прогресивний підхід щодо суттєвого підвищення ефективності роботи органів державної влади. Гарантією успішної роботи органів влади завжди є ефективна діяльність державних службовців. Нині необхідно мати доступ до інформаційних ресурсів і зменшити часові витрати на вирішення завдань, не пов'язаних з обслуговуванням громадян. Упровадження комп'ютерних систем діловодства в судах є надзвичайно важливим для підвищення ефективності їх роботи, а також прозорості й доступності для громадян. Застосування електронних систем зменшує паперовий документообіг і можливість помилок в судовому діловодстві [8].

Сучасні науковці, зокрема Е. В. Малахов, В. С. Пелехов, Г. Г. Асєєв, О. В. Матвієнко, М. Н. Цивіна та ін., неодноразово зверталися до тематики автоматизації документообігу та створення інформаційних документаційних систем. Загальний рівень упровадження технологій, які автоматизують роботу суддів, спрощують її, забезпечуючи сучасний рівень опрацювання інформації, у судовій системі України визначається фахівцями як недостатній. Про це свідчать

наукові публікації (В. Д. Бринцева, Н. А. Петухова, В. П. Барбара, М. І. Смирнова та ін.) [3].

**Мета** статті – проаналізувати питання та проблеми, що виникають під час упровадження електронного документообігу в систему судочинства України.

Запровадження електронного документообігу в органах державної влади дозволяє підвищити ефективність функціонування всіх складових системи державного управління: прискорити рух документів, забезпечити своєчасність їх розгляду, скоротити терміни підготовки та прийняття управлінських рішень за допомогою автоматизації процесів колективного створення та використання документів, підвищити якість рішень завдяки наданню виконавцеві максимально повної бази документів, значно зменшити витрати на копіювання, передачу і збереження копій паперових документів, а отже й підвищити ефективність роботи як окремих державних службовців, так і конкретного органу державної влади [6].

Орган судової влади здійснює електронний документообіг через спеціальні телекомунікаційні мережі або мережі загального користування. Система електронного документообігу органу виконавчої влади має відповідати вимогам нормативно-правових актів у сфері захисту інформації.

Обмін електронними документами між органами державної влади дозволяє підвищити ефективність їх взаємодії: прискорюється доставка документів, зменшуються витрати державних установ на функціонування кур'єрських і поштових служб та канцелярій.

Перехід до електронного документообігу між державними установами та споживачами публічних послуг і його інтеграція з веб-порталами органів державної влади вможливілює реалізацію принципу «єдиного вікна», що передбачає наявність однієї точки входу для взаємодії з органами державної влади всіх рівнів. Це надає можливості громадянам, організаціям, суб'єктам господарювання запитувати й отримувати через мережу інтернет необхідні довідки або дозволи, передавати в органи державного управління звітність, відстежувати стан роботи з їхніми запитамися тощо [3].

Отже, використання систем електронного документообігу у сфері взаємодії державних установ з громадянами й підприємствами дозволяє істотно зменшити витрати часу і ресурсів як громадян, організацій та підприємств, так і державних органів, удосконалити процес пошуку й одержання інформації від органів державної влади, розширити канали взаємодії держави і громадян, підвищити якість цієї взаємодії.

Особливості роботи з електронними документами, що містять інформацію з обмеженим доступом, яка є власністю держави, та тими, що містять звернення громадян, визначаються спеціальними нормативно-правовими актами.

Слід зазначити, що Державна судова адміністрація України відповідає за надання різноманітних наглядових, адміністративних та організаційних послуг судовій системі, до якої належать понад 750 судів, що формують чотири рівні та розташовані по всій території країни. У цих судах працюють близько 7800 суддів і 34000 працівників апарату суду [1].

Суттєвою проблемою, особливо в умовах сьогодення, зокрема, функціонування автоматизованої системи документообігу, є незадовільний стан забезпечення комп'ютерною технікою, яка відповідає сучасним програмним вимогам. Відзначається, що переведення органів судової системи України до електронного документообігу ускладнюють такі фактори:

- брак кваліфікованих кадрів у галузі інформаційних технологій у державних установах, особливо в місцевих органах державної влади;
- недостатнє розуміння користувачами системи електронного документообігу в органах державної влади основних завдань, які має вирішувати електронний документообіг, та психологічна непередготовленість працівників до використання нових інформаційних технологій;
- низький рівень комп'ютерної грамотності суспільства, що ускладнює перехід до електронного документообігу у взаємодії між державними установами і громадянами [13].

Аналіз стану процесу інформатизації свідчить, що рівень впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у державному секторі є поки що не достатнім і не відповідає світовим тенденціям розвитку інформаційного суспільства. Одним із першочергових завдань, які необхідно виконати з метою поліпшення ситуації в цій сфері, є подальше впровадження й удосконалення функціонування систем електронного документообігу в усіх органах державної влади.

Нині системи автоматизованого діловодства та документообігу впроваджено в більшості центральних органів державної влади України: згідно з даними Державного комітету інформатизації України, системи електронного документообігу функціонують у 55 центральних органах державної влади. Триває процес автоматизації документообігу в органах влади на місцевому рівні: станом на 2013 р. електронний документообіг запроваджено у 22 обласних державних

адміністраціях та міських державних адміністраціях міста Києва. Засоби електронного цифрового підпису впроваджено в 6 центральних органах державної влади (Верховна Рада України, Міністерство транспорту та зв'язку України, Головне управління державної служби України, Державна митна служба України, Державна податкова адміністрація України, Державний комітет фінансового моніторингу України) [1].

Автоматизована система документообігу суду забезпечує:

- 1) об'єктивний та неупереджений розподіл справ між суддями;
- 2) надання фізичним і юридичним особам інформації про стан розгляду справ щодо них;
- 3) централізоване зберігання текстів судових рішень та інших процесуальних документів;
- 4) підготовку статистичних даних;
- 5) реєстрацію вхідної та вихідної кореспонденції й етапів її руху;
- 6) видачу копій судових рішень і виконавчих листів на підставі наявних у системі даних щодо судового рішення та реєстрації заяви особи, на користь якої воно ухвалене;
- 7) передачу справ до електронного архіву;
- 8) виконання інших функцій, необхідних для забезпечення нормальної діяльності судів і суддів [10].

Водночас наявні проблеми, що гальмують упровадження цілісної системи електронного документообігу в органах державної влади України. По-перше, цей захід потребує створення єдиної інформаційної системи електронного документообігу органів державної влади, на що слід витратити час та ресурси. Для цього має бути забезпечене повне впровадження в діяльність органів державної влади систем автоматизованого діловодства та документообігу, а також об'єднання всіх існуючих розрізнених систем електронного документообігу різних органів державної влади в єдину загальнодержавну електронну систему. Слід уніфікувати та стандартизувати певні документи. Нині повноцінно впроваджено сучасні автоматизовані системи діловодства та документування в Міністерствах економіки, фінансів, транспорту та зв'язку, доходів та зборів. Окремі міністерства реалізують проекти інтеграції інформаційних систем власної розробки до загальної міжвідомчої системи електронного діловодства та документообігу. Для інших міністерств і відомств ще не затверджені технічні регламенти, які необхідні для впровадження й повноцінного функціонування інформаційних систем електронного документообігу і застосування електронного цифрового підпису в усіх органах державної влади України; також немає загальнодержавної програми

проведення заходів для впровадження електронного документообігу з використанням електронного цифрового підпису.

По-друге, необхідною умовою повноцінного використання органами державної влади можливостей електронного документообігу є забезпечення цих органів надійними засобами використання електронного цифрового підпису. Проте повноцінне впровадження можливостей електронного цифрового підпису для використання в органах державної влади України потребує вирішення певних проблем. Передусім це стосується питань, які пов'язані із: забезпеченням ефективного функціонування Центрального засвідчувального органу як основної інституції в розгалуженій системі функціонування систем використання електронного цифрового підпису; а також проблемою сумісності форматів електронних ключів, що надаються акредитованими центрами їх сертифікації. Нині нормативними документами в галузі обробки та використання електронних даних не визначено форматів даних, які можуть використовувати центри сертифікації, не передбачено спеціальних функцій такого органу щодо перевірки сумісності деяких центрів сертифікації в процесі їх акредитації [7].

Крім того, законодавство ще не повністю врегулювало питання застосування шифрування даних, що створює додаткові проблеми під час роботи з громадянами або підприємствами, що потребують забезпечення конфіденційності електронних документів, які подаються до різних державних органів влади.

З початку використання автоматизованої системи в судовій сфері спостерігається позитивна динаміка оперативності ефективного розгляду судових справ, а також отримання громадянами України поточної інформації стосовно стану розгляду своєї судової справи та копій потрібних процесуальних документів. Основними факторами вищезазначених позитивних результатів можна вважати те, що оперативна реєстрація вхідної і вихідної поштової та іншої кореспонденції (до якої належать позовні заяви, касаційні скарги, адміністративні справи й інші документи, які можуть подаватися до суду та бути предметом судового розгляду), нині вже відбувається в автоматизованому режимі. Таким чином, упровадження автоматизованої системи реєстрації кореспонденції дозволяє приблизно втричі зменшити час, необхідний для поточної реєстрації судових справ. Також під час застосування системи електронного документообігу значно зменшується обіг судових документів у паперовому форматі, що спрощує процес доступу громадян до потрібної інформації і робить суд відкритішим та доступнішим для населення. Крім того, автоматизована

система документообігу має потужну систему контекстного пошуку, користуючись якою можна отримати потрібну інформацію за декілька хвилин. Отже, забезпечується процес оперативності, достовірності отримання пересічним громадянином у суді відповідної інформації щодо руху його судової справи.

Значною перевагою системи електронного суду є можливість складання статистичного звіту з використанням автоматизованої системи документообігу. Після впровадження в судову систему електронних компонентів увесь процес підготовки окремого статистичного звіту набув нового змісту. Формування такого звіту здійснює лише один працівник [8].

Водночас, проблема використання електронних документів у судовому процесі, наприклад, їх подання як підстави для оскарження, поки що не вирішена. На думку суддів, до пакета документів слід вкладати «паперові» документи, затверджені підписом судді та печаткою суду.

Необхідно відзначити, що сама ідея інформатизації всіх сфер суспільного життя, зокрема й судочинства, визначена в Законі № 537-V «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки», прийнятим з урахуванням Декларації ООН «Побудова інформаційного суспільства – глобальне завдання в новому тисячолітті». Реальних ознак їй надано в Стратегічному плані інформатизації судової системи України, розробленому робочою групою з питань інновацій ДСА спільно з колегами зі США [16]. Зазначимо, що суди США, як і суди РФ, широко використовують можливості інтернет-технологій, а в українському судочинстві такі питання ще не мають однозначного вирішення.

Слід підкреслити, що технології, упроваджені в роботу судочинства, мають відповідати сучасним вимогам. Окремі елементи електронного суду наявні в кожному суді. Це, наприклад, – система електронного діловодства, а також Єдиний реєстр судових рішень. Питання в тому, наскільки готові до електронного документообігу самі учасники процесу. Очевидно, що впровадження інформаційних технологій передбачає доступ до них обох сторін. Однак нині не всім сторонам судочинства може бути надано такий доступ.

Перспективи розвитку електронного документообігу в судових органах України слід спрямувати на вдосконалення технічних, програмних та інформаційних засобів ведення судового документообігу України. З цією метою необхідно проводити систематичну роботу з підготовки та перепідготовки окремих спеціалістів, які ведуть діловодство в судовій сфері, а також здійснюють технічне забезпечення



введення, передачі та зберігання електронних документів. За умови дотримання всіх процесуальних, а також технічних вимог, електронний документообіг у судовій системі України буде повністю впроваджено з урахуванням міжнародного досвіду.

### Список використаних джерел

1. Аналіз стану обліково-статистичної роботи у Державній судовій адміністрації України, її територіальних управліннях та в апеляційних і місцевих судах у першому півріччі 2013 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.scourt.gov.ua>. — Назва з екрана.
2. Асеев Г. Г. Управління сучасним документообігом: теорія, структура, методи / Г. Г. Асеев // Вісн. Кн. палати. — 2004. — № 4. — С. 26–29.
3. Барбара В. П. Використання комп'ютерних технологій у судочинстві / В. П. Барбара // Вісн. Верховного Суду України. — 2010. — № 1 (65). — С. 36–39.
4. Брамірський І. Електронний документообіг у суді / І. Брамірський // Правовий тиждень (щотижнева інформаційно-правова газета). — 2011. — № 21 (147). — 26 трав. — С. 4.
5. Джига Т. Вітчизняний та зарубіжний досвід запровадження в органах державної влади систем електронного документообігу: проблеми, переваги, рекомендації [Електронний ресурс] / Т. Джига — Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/MONITOR/Jul2009/13.htm>. — Назва з екрана.
6. Зозуля Д. Д. Проблеми впровадження електронного документообігу в судовій системі України / Д. Д. Зозуля // Культура та інформаційне суспільство : матер. всеукр. наук.-теорет. конф. молодих учених, 24–25 квіт. 2014 р. — Харків : ХДАК, 2014. — С. 239–240.
7. Лебедев В. М. Компьютеризация и информатизация судов — требование времени / В. М. Лебедев // Информатизация судов. — 2012. — № 29. — С. 12.
8. Матвієнко О. В. Основи організації електронного документообігу : навч. посіб. / О. В. Матвієнко, М. Н. Цивін. — Київ : Центр учб. літ-ри, 2008.
9. Організація судової влади в Україні : навч. посіб. / за ред. І. Є. Марочкіна, Н. В. Сібільової. — Харків : Одиссей, 2007. — 328 с.
10. Положення про автоматизовану систему документообігу суду / Затверджено рішенням Ради суддів України від 26.11. 2010 р., № 30 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ln.kr.court.gov.ua/sud1111/300/120>. — Назва з екрана.
11. Про затвердження Інструкції з діловодства в адміністративних судах України : Наказ Державної судової адміністрації України від 17.12.2013 р., №174 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://court.gov.ua/instructions>. — Назва з екрана.
12. Про Положення про Державну судову адміністрацію України : Рішення Ради суддів України від 22 жовтня 2010 р., №12 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://cr.court.gov.ua/tu01/20/4>. — Назва з екрана.
13. Про реалізацію проекту щодо обміну електронними документами між судом та учасниками судового процесу : Наказ Державної судової адміністрації України від 31.05.2013 р., № 72 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://dsa.court.gov.ua/dsa/14/N722013/>. — Назва з екрана.
14. Сегай М. Концептуальні засади інформатизації судочинства / М. Сегай // Вісн. Акад. правов. наук України. — Харків, 2000. — № 4(23). — С. 193–200.
15. Талимончик В. П. Международный опыт информационных систем судебных органов / В. П. Талимончик // Информационное право. — №1 (16). — 2011 — С. 8.

16. Электронный суд: повлияют ли инновационные технологии на оперативность судебного процесса? // Судебно-юридическая on-line-газета. — № 24(192). — 26.06.2013 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://sud.ua/newspaper/2013/06/26/51069-pravosydie-online>. — Загл. с экрана.

## References

1. Analiz stanu oblikovo-statystychnoi roboty u Derzhavni sudovii administratsii Ukrainy, yii terytorialnykh upravlinniakh ta v apeliatsiynykh i mistsevykh sudakh u pershomu pivrichchi 2013 roku [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.scourt.gov.ua>. — Nazva z ekrana.
2. Asieiev H. H. Upravlinnia suchasnym dokumentoobihom: teoriia, struktura, metody / H. H. Asieiev // Visn. Kn. palaty. — 2004. — № 4. — S. 26–29.
3. Barbara V. P. Vykorystannia kompiuternykh tekhnolohii u sudochynstvi / V. P. Barbara // Visn. Verkhovnoho Sudu Ukrainy. — 2010. — № 1 (65). — S. 36–39.
4. Bramyrskiy I. Elektronnyi dokumentoobih u sudi / I. Bramyrskiy // Pravovy tyzhen (shchotyzhneva informatsiino-pravova hazeta). — 2011. — № 21 (147). — 26 trav. — S. 4.
5. Dzhyha T. Vitychznyi ta zarubizhnyi dosvid zaprovadzhennia v orhanakh derzhavnoi vlady system elektronnoho dokumentoobihu: problemy, perevahy, rekomendatsii [Elektronnyi resurs] / T. Dzhyha — Rezhym dostupu : <http://old.niss.gov.ua/MONITOR/Juli2009/13.htm>. — Nazva z ekrana.
6. Zozulia D. D. Problemy vprovadzhennia elektronnoho dokumentoobihu v sudovii systemi Ukrainy / D.D. Zozulia // Kultura ta informatsiine suspilstvo : mater. vseukr. nauk.-teoret. konf. molodykh uchenykh, 24–25 kvitnia 2014 r. — Kharkiv: KhDAK, 2014. — S. 239–240.
7. Lebedev V. M. Kompyuterizatsiya i informatyzatsiya sudov — trebovaniye vremeni / V. M. Lebedev // Informatyzatsiya sudov. — 2012. — № 29. — S. 12.
8. Matviienko O. V. Osnovy orhanizatsii elektronnoho dokumentoobihu: navch. posib. / O. V. Matviienko, M. N. Tsyvin. — Kyiv : Tsentri uchb. lit-ry, 2008.
9. Orhanizatsiia sudovoi vlady v Ukraini : navch. posib. / za red. I. Ye. Marochkina, N. V. Sibilovoi. — Kharkiv : Odissei, 2007. — 328 s.
10. Polozhennia pro avtomatyzovanu systemu dokumentoobihu sudu / Zatverdzheno rishenniam Rady suddiv Ukrainy vid 26.11. 2010 r., № 30 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <http://ln.kr.court.gov.ua/sud1111/300/120>. — Nazva z ekrana.
11. Pro zatverdzhennia Instruksii z dilovodstva v administratyvnykh sudakh Ukrainy : Nakaz Derzhavnoi sudovoi administratsii Ukrainy : vid 17.12.2013 r., №174 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <http://court.gov.ua/instructions>. — Nazva z ekrana.
12. Pro Polozhennia pro Derzhavnu sudovu administratsiiu Ukrainy : Rishennia Rady suddiv Ukrainy vid 22 zhovtnia 2010 r., №12 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <http://cr.court.gov.ua/tu01/20/4>. — Nazva z ekrana.
13. Pro realizatsiiu proektu shchodo obminu elektronnykh dokumentamy mizh sudom ta uchasnykamy sudovoho protsesu : Nakaz Derzhavnoi sudovoi administratsii Ukrainy : vid 31.05.2013 r., № 72 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <http://dsa.court.gov.ua/dsa/14/N722013/>. — Nazva z ekrana.
14. Sehai M. Kontseptualni zasady informatyzatsii sudochynstva / M. Sehai // Visn. Akad. prav. nauk Ukrainy. — Kharkiv, 2000. — № 4(23). — S. 193–200.
15. Talimonchik V. P. Mezhdunarodnyy opyt informatsionnykh sistem sudebnykh organov / V. P. Talimonchik // Informatsionnoye pravo. — №1 (16). — 2011. — S. 8.

16. Elektronnyy sud: povliyyayut li innovatsionnyye tekhnologii na operativnost sudebnogo protsesssa? // Sudebno-yuridicheskaya on-line-gazeta. — № 24(192). — 26.06.2013 [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa : <http://sud.ua/newspaper/2013/06/26/51069-pravosydie-online>. — Zagl. s ekrana.

UDC (002+ 347) 004.9

## APPLICATION OF ELECTRONIC DOCUMENT CIRCULATION IN LEGAL PROCEEDINGS OF UKRAINE

**Vdovina O. O.**, postgraduate student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv  
[svitljahok@gmail.com](mailto:svitljahok@gmail.com)

**The aim** of this paper is to analyze the problems concerning the implementation of electronic document circulation in the court system of Ukraine.

**Research methodology** is based on the general scientific approaches and methods, including: source-search, terminological analysis, analytical method, generalization.

**Results.** The organizational and technological issues of electronic document circulation in the judicial system of Ukraine are reviewed and analyzed. Functional capabilities of automatization workflow system in courts and the results to improve the effectiveness of professional clerical work are described. The faults and problems observed during the conversion of the judicial system of Ukraine to the electronic document circulation are underlined, including: imperfect legislation with unresolved questions of application data encryption; lack of confidentiality of electronic documents that are in force in various state bodies; lack of a unified information system of electronic document management of public authorities and others. Advantages of electronic document management systems are caused by providing of efficiency and reliability of citizens obtaining the relevant information at a court on the progress of their court case. The author characterizes the current state and problems of informatization of document circulation in Ukrainian courts. The basic problem on the way of long-term development of electronic document management systems in the field of Ukrainian legal proceedings are described.

**Novelty.** An attempt is made in this paper to analyze the faults and problems of legal proceedings informatization; to show the advantages and prospects of implementation of electronic document management systems in Ukrainian courts.

**The practical significance.** The material of this paper may be useful to students and postgraduates studying information and documentation science, as well as for practical workers of Ukrainian legal proceedings.

**Key words:** *document circulation, proceedings, electronic document management, information, legal proceedings, judicial system, Ukraine.*

Надійшла до редколегії 17.03.2015 р.

УДК 352.07.31

**Г. З. Гірняк**, старший викладач, Українська академія друкарства, м. Львів

### **МУНИЦИПАЛЬНИЙ ВЕКТОР РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ (З ІСТОРИЧНОГО ДОСВІДУ ЛЬВІВСЬКОГО МАГІСТРАТУ)**

У контексті процесу реформування системи місцевого самоврядування в Україні розглянуто роль і місце муніципальних органів. Акцентовано на історичному досвіді українського муніципального самоврядування. Проаналізовано декілька характерних прикладів організаційної, правової, фінансово-господарської, соціальної діяльності, а також окремі регламентуючі документи Львівського магістрату останньої чверті XIX ст., які є актуальними в контексті вирішення сучасних проблем розвитку місцевого самоврядування.

**Ключові слова:** *українське самоврядування, реформи, муніципальні органи, магістрат Львова, історичний досвід.*

**Г. З. Гирняк**, старший преподаватель, Украинская академия печати, г. Львов

### **МУНИЦИПАЛЬНИЙ ВЕКТОР РЕФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В УКРАИНЕ (ИЗ ИСТОРИЧЕСКОГО ОПЫТА ЛЬВОВСКОГО МАГИСТРАТА)**

В контексте процесса реформирования системы местного самоуправления в Украине рассмотрены роль и место муниципальных органов. Акцентировано на историческом опыте украинского муниципального самоуправления. Проанализировано несколько характерных примеров организационной, правовой, финансово-хозяйственной, социальной деятельности, а также отдельные, регламентировавшие деятельность Львовского магистрата последней четверти XIX в., документы, которые являются актуальными в контексте решения современных проблем развития местного самоуправления.

**Ключевые слова:** *украинское самоуправление, реформы, муниципальные органы, магистрат Львова, исторический опыт.*

**H. Z. Hirniak**, Senior Lecturer, Ukrainian Academy of Printing, Lviv

### **MUNICIPAL VECTOR OF REFORMATION OF THE LOCAL SELF-GOVERNMENT SYSTEM IN UKRAINE (FOLLOWING THE HISTORICAL EXPERIENCE OF LVIV CITY COUNCIL)**

In the context of the reforming process of the system of local self-government in Ukraine the role and place of the municipal bodies are examined. The main attention is focused on a historical experience of Ukrainian municipal self-government. Some typical examples of organizational, legal, financial, economic and social activities are analyzed, as well as some documents, regulating the activities of the Lviv city council of the last quarter of the 19<sup>th</sup> century, that are relevant in context of solving contemporary problems of local self-government.

**Key words:** *Ukrainian self-government, reforms, municipal bodies, Lviv city council, historical experience.*

Від часу створення в Україні пакета законодавчих документів, що складають правові й інші основи діяльності органів місцевого самоврядування, процес розвитку і реформування останнього зосереджено переважно в самоврядних структурах регіонального (обласного) рівня. Більшості інших територіальних громад виявилось складно в повному обсязі й ефективно виконувати свої завдання. З огляду на все це більшої актуальності набуває проблема використання додаткових джерел активізації самоврядних органів, зокрема вітчизняного досвіду муніципального самоврядування.

До проблем реформування органів місцевого, зокрема муніципального, самоврядування звертається дедалі більше вітчизняних науковців. С. Серьогіна порушила питання про слабкість соціальної основи, низький рівень правової культури, залишки патерналістської ідеології, що перешкоджають демократизації системи місцевого самоврядування в Україні [16, с. 7]. У працях таких авторів, як Ю. Битяк [5], М. Пасічник [15], Д. Яблонський [18], Н. Антюшина [1], О. Данильян [7], О. Іщенко [10], О. Лялюк [13] проаналізовані стан і перспективи розвитку муніципального управління, міжнародний досвід муніципальних інститутів, окремі історичні періоди їх розвитку тощо. Особливості реформування самоврядних органів висвітлювали В. Колісник [11], О. Бабич [2], О. Лисенко [12]; проблеми реалізації європейської хартії місцевого самоврядування в українському правовому полі — О. Бідей [4], О. Євтушенко [9], а В. Настюк розглянув питання «ролі муніципальної влади на шляху протидії корупції» тощо [14]. Водночас, аналіз наукової літератури свідчить, що визначені в статті аспекти історичного досвіду муніципального самоврядування в Україні недостатньо висвітлені, а тому актуальні й такі, що потребують подальшої науково-теоретичної розробки.

Вітчизняний досвід муніципального управління є одним з проблемних аспектів сучасної української науки: кращі, часто унікальні, приклади його минулого мало досліджені; історичні «технології» самоврядної діяльності не впроваджені до сучасної суспільно-політичної практики, хоча значна їх частина залишається цілком актуальною; муніципальний вектор сучасного процесу реформування самоврядних органів не має належного історичного і теоретичного осмислення, а відтак — практичного застосування.

**Мета** статті — висвітлити окремі напрями діяльності Львівського магістрату другої половини ХІХ ст. як важливий факт історії місцевого самоврядування і можливого фактор сучасної муніципальної реформи в Україні.

Муніципальні реформи в європейських країнах відбуваються на тлі активних інтеграційних процесів, а також чітко вираженої тенденції до зближення національних правових систем у межах Європейського Союзу. Це дозволяє говорити про тенденцію до формування єдиної системи принципів місцевого самоврядування і муніципального управління, підтверджених Європейською хартією місцевого самоврядування.

Аналіз основних положень «Європейської хартії...» та української «Концепції...» реформування місцевого самоврядування дозволяє виявити не тільки теоретичний сенс історичних реформаторських ідей, але й важливу роль практичного досвіду, наприклад, досвіду середньовічного муніципального самоуправління на основі Магдебурзького права (*Jus theutonicum magdeburgense*). В українських містах поширення такого права відбувалося на хвилі німецької колонізації центрально- та східноєвропейських земель. Історичні документи (грамоти князів, королів, гетьманів, якими вони дарували українським міським громадам т. зв. «привілеї») засвідчують факт набуття українськими містами Магдебурзького права в XIV ст.: у 1324 р. — Володимиром-Волинським, у 1339 р. — Сяноком, у 1356 р. — Львовом, у 1374 р. — Кам'янцем, у 1494 р. (або 1497 р.) — Києвом тощо [8, 437], хоча є певні підстави припускати більш раннє побутування Магдебурзького (муніципального) права в Україні. Ті самі німецькі колоністи, як носії ідей Магдебурзького права, з'явилися у Львові в XIII ст. Згідно з твердженням історика Д. Зубрицького, вже в 1287 р. у Львові, як і у Володимирі та Луцьку, були війтівства [25, с. 8–9]. Це надає підстави припускати, що львівська громада вже наприкінці XIII ст. мала свого війта. Певним запереченням цього є ще одна згадка про «магістрат Львова як міську управу», датована 1382 р. [21, с. 79], а тому дискусія про точний час офіційного створення першого Львівського магістрату триває.

Львівський магістрат як виконавчий орган у системі функціонування міського самоврядування — міської ради та її виконавчого органу — розвивався впродовж тривалого часу, але сформувався остаточно після надання Львову 14.10.1870 р. власного «Статуту» і затвердження міською Радою 18.07.1872 р. складу (штатного розпису) працівників магістрату [19, с. 8]. Правові норми «Статуту» Львова суттєво змінили повноваження магістрату порівняно з правами й обов'язками міської державної адміністрації кінця XVIII ст. Магістрат реально перетворився на справжній виконавчий орган міського самоврядування, що було результатом плідної організаційної, правничої, кадрової, громадської діяльності міської ради.

Основні повноваження, обов'язки, завдання і функції магістрату регламентував IV розділ «Статуту», а основні принципи діяльності й організації управлінського процесу містилися в додатковому положенні (радше, інструкції), датованому 7.06.1871 р., у службовому положенні та пенсійному статуті від 29.07.1872 р. для службовців і допоміжного персоналу, а також в інструкціях для уповноважених комісарів магістрату від 3.07.1873 р. і міської виконавчої служби від 12.03.1881 р. [23, с. 426].

Структуру магістрату утворювали президія та 7 департаментів, які очолювали радники, а також різні управління. До складу президії магістрату входили президент Львова, перший і другий віцепрезиденти, міські делегати, уповноважені міською радою, та радники [20, с. 79]. Безпосереднє керівництво, а також контроль за роботою магістрату, його департаментів і служб здійснював президент, якого (як і першого віцепрезидента міста) обирали, згідно зі ст. 21 і 23 «Статуту», депутати міської ради спочатку на 3 роки, а з 1896 р. — на 6 років. Президент міста був наділений достатньо широкими повноваженнями: головував на засіданнях ради, очолював магістрат, виконував у межах міста функції повітового старости тощо [20, с. 79].

У другій половині XIX ст. для Львова характерною стає тенденція до збільшення чисельності міського населення й активізації процесу урбанізації. Це призвело до збільшення обов'язків та обсягу роботи, яку виконували працівники виконавчого органу, а в 1874 р. вони навіть були змушені клопотати про підвищення заробітної плати. Але міські радники запропонували «ефективніше використовувати власні резерви», для чого здійснити реорганізацію служб магістрату. Основним завданням реорганізації мало стати скорочення штатних посад службовців, «котрі б могли взаємозамінювати один одного в різних департаментах магістрату» [26]. Але розвиток капіталістичних ринкових відносин і подальше збільшення чисельності населення Львова потребували створення нових департаментів: у 1882 р. створено департамент торгових і санітарних справ, у 1894 р. — додатковий військовий департамент, а наприкінці XIX ст. — департаменти обліку населення, статистики та архівних справ [6, с. 552]. Згідно зі ст. 21 і ст. 70 статуту Львова, в структурі магістрату був створений Інститут міських делегатів, що мав надавати допомогу Президенту міста в здійсненні нагляду за справами, переданими для розгляду і виконання магістрату, виконавчим службам, окремим посадовцям (внутрішня сфера діяльності), і забезпеченні контролю за їхніми діями (зовнішня сфера діяльності) [14].

Інфляційні процеси і подорожчання життя у Львові особливо посилилися в 70–90-х рр. ХІХ ст., що змусило міських службовців домагатися не лише підвищення плати, але й поліпшення пенсійного забезпечення. Грошове утримання кожної категорії міських службовців передбачало як заробітну плату, так і певні доплати, зокрема, для найму житла. Зміни, внесені в пенсійний статут службовців і працівників міської виконавчої служби в березні 1898 р., вигідно відрізняли його від пенсійного статуту для державних службовців: стаж громадської служби становив 36 років, на державній службі — 40 років; пенсія призначалася за окремими роками, на відміну від п'ятирічного строку на державній службі; пенсійний статут для міських службовців визначав термін перебування на посаді, згідно з яким службовець мав право на підвищення окладу тощо [21, с. 3]. Усе це надавало певні переваги і підвищувало престиж міській службі, хоча дефіцит міського бюджету не завжди дозволяв задовольнити соціальні потреби. Щоб полегшити своє матеріальне становище, міські службовці створювали товариства, які функціонували завдяки матеріальній підтримці органів самоврядування, а також внескам членів цих товариств. Відомими у Львові були «Товариство взаємодопомоги службовців магістрату і працівників міської виконавчої служби», «Товариство допомоги службовців розрахункової палати і міської каси ім. Є. Мохнацького» і «Стипендіальний фонд ім. Р. Лишковського».

Львівський магістрат здійснював значну роботу з охорони здоров'я населення. Спеціальні служби стежили за дотриманням чистоти в місті, своєчасним вивезенням сміття, чищенням каналів і громадських вбиралень. У другій половині ХІХ ст., коли у Львові почали поширюватися епідемічні захворювання, на мешканців міста, власників будинків, які не дотримували правил і розпоряджень магістрату з питань охорони здоров'я, санітарії та гігієни, накладалися немалі штрафи [21, с. 4]. Інструкції, прийняті Радою Львова для міської санітарної служби і спеціальні доручення Президента міста щодо охорони здоров'я населення та санітарного стану міста, були обов'язковими для виконання не лише працівниками міської медичної служби, але й усіма підрозділами, посадовцями і працівниками магістрату. Контрольованим було адресне призначення, а в разі необхідності і перерозподіл, міських бюджетних коштів, що виділялися для поліпшення медичного забезпечення, якісного складу міського медичного персоналу та збільшення штату. Наприклад, якщо в 1877 р. у Львові було 92 терапевти, 28 хірургів, 2 ветеринари і 149 акушерок (усього 271 медичний працівник), то наприкін-



ці 1891 р. чисельність медичного персоналу становила вже 445 осіб (138 терапевтів, 23 хірурги, 278 акушерок і 16 ветеринарів). Про кваліфікованість львівських медиків свідчить той факт, що 49 з них мали дипломи медичних факультетів Віденського, інші — Празького, Будапештського, Варшавського, Краківського, а також Львівського університетів. До речі, з 23 міських хірургів 16 навчалися на медичному факультеті Львівського університету [24, с. 33].

Нагальні проблеми Львівського магістрату доводилося вирішувати в освітній царині. З одного боку, магістрат як орган самоврядування постійно піклувався про розвиток освіти, використовуючи передбачені для цього кошти міського бюджету, які, як свідчать архівні документи, щороку потрібно було збільшувати. У 1871–1895 рр. у Львові на кошти міста було побудовано 16 початкових (народних) шкіл, реальну і промислову гімназії [24, с. 33]. Але успіхи на ниві шкільництва стосувалися переважно панівної польської громади, а численне українство Львова тривалий час не мало жодної школи, яка б утримувалася з міського бюджету, хоча тодішні «закони визнавали рівноправність усіх уживаних у державі мов у школах і урядах» [17, с. 1].

Українське населення Львова за посередництва своїх представників у Міській раді намагалося розвивати власні громадські інституції. Так, у 1868 р. засноване культурно-освітнє товариство «Просвіта», в 1873 р. — Літературне товариство ім. Т. Г. Шевченка, на базі якого в 1892 р. утворилося Наукове товариство ім. Т. Г. Шевченка. Створювані у Львові українські освітньо-культурні й інші товариства обстоювали національні інтереси в галузях культури, науки, мистецтва, освіти, шкільництва і, до речі, ця діяльність формально мала і правовий статус. Згідно зі ст. 7 «Крайового шкільного закону», міська влада мала автономне право відкривати школи і визначати мову, якою навчатимуть дітей [17, с. 1].

Слід зазначити, що існували й певні організаційні проблеми в діяльності Львівського магістрату останньої чверті XIX ст. Окремі його підрозділи нерідко мали у фінансові, нормативно-правові чи організаційні суперечності. Наприклад, міська економічна служба, що відповідала за прибутки від міського майна, часто завищувала ціни на будівельні матеріали, гальмуючи роботу будівельного управління, зацікавленого, зрозуміло, в дешевших матеріалах. У відповідь місцеві будівельники часто знаходили постачальників поза Львовом, завдаючи таким чином відчутних збитків міському бюджету. Саме тому порушення встановлених норм службовцями магістрату каралися суворими дисциплінарними стягненнями. Особливо ефективним у поточній діяльності Львівського магістрату виявився принцип

персональної відповідальності службовців за доручену їм ділянку роботи і, зрозуміло, за використання бюджетних коштів [22, с. 4].

На основі аналізу окремих напрямів діяльності Львівського магістрату другої половини ХІХ ст. виявлено завдання і проблеми, які доводилося вирішувати муніципальним службовцям понад сто років тому. Тогочасна методика вирішення проблем життєдіяльності міської громади часто була настільки ефективною, що може претендувати на актуальність у сучасній практиці самоврядної діяльності. Це стосується і проблем виборчого процесу й пропорційного представництва в Міській раді всіх верств населення міста, поповнення міського бюджету, фінансово-економічної і господарської діяльності департаментів і управлінь міського самоврядного органу.

В історичній практиці Львівського магістрату на особливу увагу заслуговує оперативне реагування на збільшення чисельності мешканців, наприклад, у періоди особливої активізації туристичних потоків, т. зв. демографічних «вибухів» унаслідок, зокрема, вимушеного переміщення значної кількості людей тощо. Сюди належать незмінно актуальні завдання матеріально-технічного і фінансового забезпечення медичної та санітарно-епідеміологічної служб міста, інноваційних розробок міської рекреації і транспорту, розвитку науково-освітнього й культурного сегментів.

Важливою складовою муніципальних реформ у Львові останньої чверті ХІХ ст. було і є завдання вдосконалення територіального устрою, оптимізації системи функціонування адміністративно-територіальної одиниці. Досвід муніципального реформування у Львові свідчить, що домінуючим напрямом може бути укрупнення міської муніципальної структури, як структурованої «метропольної зони» [24].

Одним з основних результатів аналізу історичних фактів діяльності магістрату Львова є їхня реальна перспектива посилення ролі в Україні органів самоврядування, успішної реалізації державної політики на місцях і водночас підвищення якості й оперативності послуг, потрібних населенню. Як результат, публічна влада буде зорієнтована на громаду та всіх її членів, чітко розподілена між державними і самоврядними інститутами, а місцеві, зокрема муніципальні, органи самоврядування стануть рівноправними партнерами держави.

Перспективи подальшого дослідження означеної теми передбачають аналіз і висвітлення проблем упровадження новітніх технологій документування й особливостей документального забезпечення органів місцевого самоврядування у Львові

**Список використаних джерел**

1. Антюшина Н. Шведская система местного самоуправления / Н. Антюшина // Государственная власть и местное самоуправление. — 2007. — № 10. — С. 40–47.
2. Бабич О. М. Реформування системи місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування: сьогодення та перспективи / О. М. Бабич // Часопис Київ. ун-ту права. — 2009. — № 2. — С. 110–116.
3. Беззубко Л. В. Проблеми взаємодії місцевої влади та територіальної громади / Л. В. Беззубко, Г. Ю. Псарьов, О. В. Скопець ; під заг. ред. В. В. Дорофійенка ; Донбас. нац. акад. буд-ва і архіт. — Донецьк : ДНАБА, 2009. — 334 с.
4. Бідей О. Колізійність імплементації європейської хартії місцевого самоврядування в національне законодавство України / О. Бідей // Право України. — 2008. — № 11. — С. 103–108.
5. Битяк Ю. П. Регіональна політика країн Центральної і Східної Європи / Ю. П. Битяк // Проблеми реформування місцевого самоврядування в Україні в контексті наближення до європейських стандартів // Матер. міжнар. наук.-практ. конф. — Харків, 2009. — С. 3–7.
6. Відділ рукописів ЛННБ ім. В. Стефаніка НАН України. — Ф. 5. Справа 4575/6. — Арк. 552, 1288.
7. Данильян О. Г. Досвід удосконалення місцевого самоврядування у європейських країнах та можливості його застосування в Україні / О. Г. Данильян // Проблеми реформування місцевого самоврядування в Україні в контексті наближення до європейських стандартів : матер. міжнар. наук.-практ. конф. — Харків, 2009. — С. 18–23.
8. Довідник з історії України (А–Я) / за заг. ред. І. Підкови, Р. Шуста. — 2-ге вид., доопр. і доповн. — Київ : «Генеза», 2001. — 1136 с.
9. Євтушенко О. Місцеве самоврядування — інститут громадянського суспільства та демократичної політичної системи / О. Євтушенко // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку : зб. наук. пр. Вип. 21. — Львів, 2009. — С. 66–70.
10. Іщенко О. М. Місцеве самоврядування: світовий досвід та особливості української моделі / О. М. Іщенко // Ін-т законодав. передбачень і правов. експерт. — Київ : ІЗПРЕ, 2003. — 603 с.
11. Колісник В. П. Головні напрямки реформування місцевого самоврядування на сучасному етапі / В. П. Колісник // Проблеми реформування місцевого самоврядування в Україні в контексті наближення до європейських стандартів // Матер. міжнар. наук.-практ. конф. — Харків, 2009. — С. 18–24.
12. Лисенко О. Трансформація правового статусу органів місцевого самоврядування відповідно до європейських стандартів // Право України. — 2009. — № 4. — С. 132–139.
13. Лялюк О. Ю. Основи організації і діяльності місцевих рад в Україні / О. Ю. Лялюк ; за ред. Ю. П. Битяка ; Нац. юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого. — Харків : Право, 2008. — 287 с.
14. Настюк В. Я. Муніципалізація влади — європейський шлях протидії корупції // Проблеми реформування місцевого самоврядування в Україні в контексті наближення до європейських стандартів / В. Я. Настюк // Матер. міжнар. наук.-практ. конф. — Харків, 2009. — С. 138–140.
15. Пасічник М. С. Україна в період Руїни: 60–80 роки XVII ст. / М. С. Пасічник. — Львів : УАД, 2010. — С. 180–183.
16. Серьогіна С. Г. Муніципальна реформа в Україні та країнах ЄС: основні напрямки та проблеми здійснення / С. Г. Серьогіна // Проблеми реформування місцевого

самоврядування в Україні в контексті наближення до європейських стандартів : матеріал міжнарод. наук.-практ. конф. — Харків, 2009. — С. 3–9.

17. Центр. держ. іст. архів Львівської області. — Ф. 131, спр. 18, арк. 1.
18. Яблонський Д. Система органів місцевого самоврядування Сполучених Штатів Америки / Д. Яблонський // Вісн. держ. служби України. — 2009. — № 3. — С. 43–47.
19. Dziennik ustaw i rozporzadzen Krajowych dla Krolewstwa Galicui i Lodomeryi wraz wielkiem ksiestwem Krakowskiem. — Rok 1870. — Czesc XXII. — № 79.
20. Lodomeryi wraz wielkiem ksiestwem Krakowskiem. — Rok 1870. — Czesc XXII. — № 79.
21. Postanowienia organizacyjne dla urzednikow i slug miejskich // ЛНБ імені Василя Стефаника НАН України. Відділ рукописів, ф. 5, спр. 4575/6.
22. Sprawozdanie prezydenta miasta Lwowa A. Jasinskiego z czynnosci Reprezentacyi i Urzedow miejskich w ostatnim pejudzie wyborczym 1874 do 1876 // ЛНБ ім. Василя Стефаника НАН України. Відділ рукописів, ф. 5, спр. 4575, 4576.
23. Statut krolewskiego stolecznego miasta Lwowa. — Lwow, 1896. ЛННБ ім. В. Стефаника НАН України. Відділ рукописів. — Спр. 4575/6. — Арк. 426.
24. Statut emerytalny dla urzednikow i slug Gminy krol. stol.miasta Lwowa. Wiadomosci statystyczne o miescie Lwowie // Rocznik II. Lwow, 1893. — 57 s.
25. Zubrycki D. Kronika miasta Lwowa. — Lwow, 1844.
26. Гошко Т. З історії магдебурзького права у Львові (XIII–XVII ст.) [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.map.lviv.ua/statti/goshko.html>. — Назва з екрана.

## References

1. Antyushina N. Shvedskaya sistema mestnogo samoupravleniya / N. Antyushina // Gosudarstvennaya vlast i mestnoye samoupravleniye. — 2007. — № 10. — С. 40–47.
2. Babych O. M. Reformuvannya systemy mistsevykh orhaniv vykonavchoi vlady ta orhaniv mistsevoho samovriaduvannya: sohodennia ta perspektyvy / O. M. Babych // Chasopys Kyiv. un-tu prava. — 2009. — № 2. — С. 110–116.
3. Bezzubko L. V. Problemy vzaiemodii mistsevoi vlady ta terytorialnoi hromady / L. V. Bezzubko, H. Yu. Psarov, O. V. Skopets; pid zah. red. V. V. Dorofiiienka; Donbas. nats. akad. bud-va i arkhitekt. — Donetsk: DNABA, 2009. — 334 s.
4. Bidei O. Kolizii implementatsii yevropeiskoi khartii mistsevoho samovriaduvannya v natsionalne zakonodavstvo Ukrainy / O. Bidei // Pravo Ukrainy. — 2008. — № 11. — С. 103–108.
5. Bytiak Yu. P. Rehionalna polityka krain Tsentralnoi i Skhidnoi Yevropy / Yu. P. Bytiak // Problemy reformuvannya mistsevoho samovriaduvannya v Ukraini v konteksti nablyzhenia do yevropeiskykh standartiv // Mater. Mizh narod. nauk.-prakt. konf. — Kharkiv, 2009. — С. 3–7.
6. Viddil rukopysiv LNNB im. V. Stefanyka NAN Ukrainy. — F. 5. Sprava 4575/6. — Ark. 552, 1288.
7. Danylian O. H. Dosvid udoskonalennia mistsevoho samovriaduvannya u yevropeiskykh krainakh ta mozhlyvosti yoho zastosuvannya v Ukraini / O. H. Danylian // Problemy reformuvannya mistsevoho samovriaduvannya v Ukraini v konteksti nablyzhenia do yevropeiskykh standartiv / O. H. Danylian // Mater. Mizhnarod. nauk.-prakt. konf. — Kharkiv, 2009. — С. 18–23.
8. Dovidnyk z istorii Ukrainy (A — Ya) / Za zah. red. I. Pidkovy, R. Shusta. — 2-he vyd., doopr. i dopovn. — Kyiv : «Geneza», 2001. — 1136 s.
9. Yevtushenko O. Mistseve samovriaduvannya — instytut hromadianskoho suspilstva ta demokratychnoi politychnoi systemy / O. Yevtushenko // Ukrainiska natsionalna ideia: realii ta perspektyvy rozvytku: zb. nauk. pr. Vyp. 21. — Lviv, 2009. — С. 66–70;

10. Ishchenko O. M. Mistseve samovriaduvannia: svitovyi dosvid ta osoblyvosti ukraïnskoi modeli. / O. M. Ishchenko // In-t zakonodav. peredbachen i pravov. ekspert. — Kyiv: IZPPE, 2003. — 603 s.
11. Kolisnyk V. P. Holovni napriamky reformuvannia mistsevoho samovriaduvannia na suchasnomu etapi / V. P. Kolisnyk // Problemy reformuvannia mistsevoho samovriaduvannia v Ukraini v konteksti nablyzhennia do yevropeïskykh standartiv // Mater. Mizh narod. nauk.-prakt. konf. — Kharkiv, 2009. — S. 18–24;
12. Lysenko O. Transformatsiia pravovoho statusu orhaniv mistsevoho samovriaduvannia vidpovidno do yevropeïskykh standartiv // Pravo Ukrainy. — 2009. — № 4. — S. 132–139.
13. Lialuk O. Yu. Osnovy orhanizatsii i diïalnosti mistsevykh rad v Ukraini / O. Yu. Lialuk; za red. Yu. P. Bytiaka; Nats. yuryd. akad. Ukrainy im. Yaroslava Mudroho. — Kharkiv : Pravo, 2008. — 287 s.
14. Nastiuk V. Ya. Munitsypalizatsiia vlady — yevropeïskiy shliakh protydia koruptsii // Problemy reformuvannia mistsevoho samovriaduvannia v Ukraini v konteksti nablyzhennia do yevropeïskykh standartiv / V. Ya. Nastiuk // Mater. Mizh narod. nauk.-prakt. konf. — Kharkiv, 2009. — S. 138-140.
15. Pasichnyk M. S. Ukraina v period Ruiny: 60–80 roky KhVII st. / M. S. Pasichnyk. — Lviv: UAD, 2010. — S. 180-183;
16. Serohina S. H. Munitsypalna reforma v Ukraini ta krainakh YeS: osnovni napriamky ta problemy zdiïsnennia / S. H. Serohina // Problemy reformuvannia mistsevoho samovriaduvannia v Ukraini v konteksti nablyzhennia do yevropeïskykh standartiv / Mater. mizhnarod. nauk.-prakt. konf. — Kharkiv, 2009. — S. 3–9.
17. Tsentralnyi derzhavnyi istorychnyi arkhiv Lvivskoi oblasti. — F. 131. Spr. 18. — Ark. 1.
18. Yablonskyi D. Systema orhaniv mistsevoho samovriaduvannia Spoluchenykh Shtativ Ameryky / D. Yablonskyi // Visn. derzh. sluzhby Ukrainy. — 2009. — № 3. — S.43–47.
19. Dziennik ustaw i rozporzadzen Krajowych dla Krolewstwa Galicui i Lodomeryi wraz wielkiem ksiestwem Krakowskiem. — Rok 1870. — Czesc XXII. — № 79.
20. Lodomeryi wraz wielkiem ksiestwem Krakowskiem. — Rok 1870. — Czesc XXII. — № 79.
21. Postanowienia organizacyjne dla urzedników i slug miejskich // LNB imeni Vasylia Stefanyka NAN Ukrainy. Viddil rukopysiv. F. 5. — Spr. 4575/6.
22. Sprawozdanie prezydenta miasta Lwowa A. Jasinskiego z czynnosci Reprezentacyi i Urzedow miejskich w ostatnim perjodzie wyborczym 1874 do 1876 // LNB im. Vasylia Stefanyka NAN Ukrainy. Viddil rukopysiv. F. 5. — Spr. 4575, 4576.
23. Statut krolewskiego stolecznego miasta Lwowa. — Lwow, 1896. LNNB im. V. Stefanyka NAN Ukrainy. Viddil rukopysiv. — Spr. 4575/6. — Ark. 426.
24. Statut emerytalny dla urzedników i slug Gminy krol. stol.miasta Lwowa. Wiadomosci statystyczne o miescie Lwowie // Rocznik II. Lwow, 1893. — 57 s.
25. Zubrycki D. Kronika miasta Lwowa. — Lwow, 1844.
26. Hoshko T. Z istorii mahdeburzkoho prava u Lvovi (XIII–XVII st.) [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : // <http://www.map.lviv.ua/statti/goshko.html>. — Nazva z ekrana.

UDC : 352. 07. 31

## **MUNICIPAL VECTOR OF REFORMATION OF THE LOCAL SELF-GOVERNMENT SYSTEM IN UKRAINE (FOLLOWING THE HISTORICAL EXPERIENCE OF LVIV CITY COUNCIL)**

**Hirniak H. Z.**, Senior Lecturer, Ukrainian Academy of Printing, Lviv  
*ms.pasichnyk@ukr.net*

**The aim of the article** is to give coverage to the area of activity of the Lviv city council of the second half of the 19<sup>th</sup> century as an important fact of history of local self-government and as a potential factor of modern municipal reform in Ukraine.

**Research methodology.** Complex principle of research of social problems is applied in the historical and modern aspects, as well as the comparative method of study of the characteristic features of the development of Ukrainian self-government.

**Results.** The analysis of some area of activity of the Lviv city council of the second half of the 19<sup>th</sup> century made it possible to identify a completely new nature of the problems and challenges that the municipal office workers had to solve at that time. The immediate constituents of the municipal reforms in Lviv of the last quarter of the 19<sup>th</sup> century were the tasks of perfection of the administrative territory, the optimization of functioning of administrative territory. The experience of municipal reformation confirms that the dominant assignment can be the structural enhancement of municipality in Lviv, as the structured «metropolis zone».

**Novelty.** The main area of activity of the Lviv city council of the second half of the 19<sup>th</sup> century is recommended for the implementation in the modern area of activity of the self-government.

**The practical significance.** The conclusions and recommendations can be used for the deep analysis of the national experience of the municipal self-government and its application in the modern scientific practical aspects.

**Key words:** *Ukrainian self-government, reforms, municipal bodies, Lviv city council, historical experience.*

Надійшла до редколегії 20.02.2015 р.

УДК 316.75 (091)

**Г. В. Афенченко**, кандидат соціологічних наук, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

**Н. В. Шумлянська**, старший викладач, Харківська державна академія культури, м. Харків

### **АНОМИЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН**

Розглядається явище аномії в контексті історичних подій, у межах суспільно-наукових досліджень і поглядів авторів художніх творів. Порівнюється визначення аномії й обґрунтовується динамічність процесу формування соціальних норм. Стверджується, що аномія в суспільстві — явище перманентне й регулярне, пов'язане з розширенням і поглибленням спеціалізацій діяльності (розподілом праці). Визначено напрями подолання аномії та виникнення соціальної солідарності.

**Ключові слова:** *аномія, соціальна солідарність, соціальні норми.*

**Г. В. Афенченко**, кандидат социологических наук, доцент, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

**Н. В. Шумлянская**, старший преподаватель, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

### **АНОМИЯ КАК СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН**

Рассматривается явление аномии в контексте исторических событий, в рамках общественно-научных исследований и воззрений авторов художественных произведений. Проводится сравнение определений аномии и доказывається динамічність процесу формирования социальных норм. Утверждается, что аномия в обществе — явление перманентное и регулярное, связанное с расширением и углублением специализации деятельности (разделением труда). Определены направления преодоления аномии и установления социальной солидарности.

**Ключевые слова:** *аномия, социальная солидарность, социальные нормы.*

**H. V. Afenchenko**, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**N. V. Shumlianska**, Senior Lecturer, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

### **ANOMIE AS A SOCIAL AND CULTURAL PHENOMENON**

The article considers the phenomenon of anomie in the context of historical events, as part of social and scientific research and the views of the authors of fiction. The definitions of anomie are compared and the dynamism of the social norms formation is proved. It is alleged that anomie in the society is a permanent and regular phenomenon associated with the expansion and deepening of specialization of activities (a division of labor). The ways to overcome anomie and the establishment of social solidarity are designated.

**Key words:** *anomie, social solidarity, social norms.*

Перехідні періоди в суспільстві завжди супроводжуються дезорганізацією поведінки і втратою ціннісних орієнтирів. Сучасний стан суспільства характеризують як аномійний. Вивчення процесу зміни соціальних норм підкреслює динаміку подолання аномійних явищ у суспільстві. Розуміння аномії є важливим для подальшого дослідження групової та суспільної поведінки під час управління процесами соціального розвитку й осмислення, теоретичного обґрунтування і прогнозування соціальної реальності й діяльної активності.

### **Постановка проблеми.**

Аномія проявляється в такій соціальній взаємодії, в межах якої чимало індивідів не тільки не діють відповідно до прийнятих норм, але й не прагнуть їх дотримувати, заперечують їх, викидають зі своїх правил життя. Беззаконня не означає відсутність норм, а невиконання приписів, недотримання їх. У такій ситуації соціальні норми існують, закріплені в соціальних інститутах, але їх ніхто не дотримує — виникає ситуація беззаконня, соціальної взаємодії без правил. Спостерігається відсутність будь-яких обмежень для досягнення індивідами особистих цілей.

Безумовно, ідеальна ситуація «війни всіх проти всіх» трапляється нечасто, якщо взагалі виникає. Однак, тимчасове «божевілля розумів» окремих індивідів і груп або більшої частини суспільства є поширеним, являє собою предмет розгляду вчених з різних сфер гуманітарного знання.

**Мета** статті — порівняти основні ознаки аномійних явищ, які є в релігійних джерелах, працях з філософії і художньої літератури, а також уточнити розуміння аномії в теоретичній соціології для визначення напрямів подолання аномійного стану суспільства.

### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

У теологічному розумінні беззаконня — це дії проти волі Всевишнього, порушення його заповідей і велінь. Беззаконня чинять як індивіди, так і маси людей. Така поведінка призводить до злочинів, розбещення, катастроф, соціальних, військових конфліктів, проявляється насамперед як порушення номоса, Закону Божого. Чим би не було викликане порушення закону, але Бог завжди суворо карає винних. «И увидел Господь, что велико развращение человеков на земле, и что все мысли и помышления сердца их были зло во всякое время. И раскаялся Господь, что создал человека на земле, и воскорбел в сердце Своем. И сказал Господь: истреблю с лица земли человеков да скотов и гадов и птиц небесных истреблю; ибо Я раскаялся, что создал их» (Быт. 6, 5–7).

Про грішників у Новому Завіті говорить апостол Петро: «... которые идут вслед скверных похотей плоти, презирают начальства,



дерзки, своевольны и не страшатся злословить высших... Они получают возмездие за беззаконие» (2 Пет. 2, 10–13). Поняття беззаконня й гріха ототожнюються в апостола Іоанна: «Всякий, делающий грех, делает и беззаконие; и грех есть беззаконие» (1 Іоан. 3, 4).

На думку науковця В. А. Бачиніна, в темі беззаконня немає принципових відмінностей значеннєвих, ціннісних або нормативних спрямувань між старозавітним і новозавітним підходами. Дійсно, можна простежити однозначний осуд усіх форм беззаконня в житті людей. Таким чином, у будь-якій взаємодії людей завжди наявна третя сторона (Всевишній), а також заповіді — заходи відповідності дій і думок людей [2].

Беззаконня суперечить Закону Божому. Беззаконними, згідно з християнською енциклопедією, визнано такі дії, як: опір волі Бога (Нав. 22:20; Ис. 13:11), порушення богослужбових приписів (Лев. 26:1–39), зневага законів ритуальної чистоти (Лев 17:16), перекручення правосуддя (Втор. 19:16; у Синод. пер. — «свідок несправедливий»), завдання шкоди близькому (Быт. 50:17; у Синод. пер. — «провина й гріх»).

Гріх найчастіше розглядається як роздирання душі людської, тобто індивідуальні переживання внаслідок гріхопадіння (Быт. 3), ворожнечу проти Бога (Рим. 8:7) і злочин проти Його закону (1 Іоан. 3:4).

Саме завдяки закону людина розуміє, що є гріхом. Розуміння зумовлює покаєння, щире відкидання гріха й прагнення не порушувати, не грішити надалі. «Законом познается грех» (Рим. 3:20).

Надамо філософського пояснення необхідності соціального порядку.

«Левіафан» посідає значне місце у філософському осмисленні природи людини й суспільства, оскільки Т. Гоббс висунув твердження про «природне право» людини, його божественну суть «Я є». У критичних працях релігійних і політичних діячів донині розглядається судження Гоббса про те, що в людській природі, суспільстві за певних умов існує «війна всіх проти всіх». Таку ситуацію можна порівняти зі жвавим нерегульованим перехрестям, де водії й пішоходи, рухаючись кожний у своєму напрямку, «з'ясовують» у «пробці», хто першим повинен його перетинати.

Тому Гоббс пов'язує встановлення порядку з виконанням своїх функцій державою, аналогією чого є «Левіафан». Біблійне чудовисько сприймається як щось стороннє, третя сила, яка перебуває на сторожі загальних для всіх інтересів. Дійсно, поява інспектора служби регулювання руху обмежує волю окремих індивідів. Але відразу виникає свобода пересування для кожного учасника. З одного боку,

цей «Левіафан» як символ сильної державної влади жорстко регламентує волевиявлення громадян. Проте, з іншого, таке обмеження зумовлює розширення свободи дій.

Парадокс явищ упорядкування дій і підвищення їх ефективності не спотворює розуміння природи людини, але дозволяє забезпечитися під час суспільних катастроф. Вороже ставлення громадян один до одного виникає в ті періоди, коли порядок порушено, немає державної влади, наприклад, у часи смуту, революцій і громадянських війн. Кожен захищає свої інтереси, зважає тільки на власні сили й позбавлений підтримки держави. Зіткнення й боротьба індивідуальних інтересів не є породженням грішної природи людини. Т. Гоббс розглядає це як природний стан. Жорстокість під час захисту своїх інтересів може бути гріхом, але тільки порушення закону робить її злочином.

Однак, що робити, якщо змінилися умови руху по проїзній частині: конструкція автомобілів, якість проїзної частини або кількість учасників руху тощо? Водії й пішоходи змушені, пристосовуючись до нових умов, порушувати застарілі правила. Егоїстичні прагнення й насильство замінюють права, зникають поняття добра і зла. Як у байці «Вовк і ягня» І. А. Крилова: «Ти винен уже отим, що дуже хочу їсти».

У своїх працях Т. Гоббс досліджує причини й перемогу англійської революції, успіхи Олівера Кромвелля, а після його смерті — реставрацію монархії. Він стверджує, що в такі періоди, коли люди змушені діяти відповідно до свого інстинкту самозбереження, знову починається «війна всіх проти всіх». Тому відбувається занепад економіки, науки, виробництва, торгівлі, мистецтва, землеробства, мореплавання. У людини виникає невпевненість не тільки в майбутньому, але й у сьогоденні. Вона не може сподіватися на майбутнє, її життя «...есть вечный страх и постоянная опасность насильственной смерти, и жизнь человека одинока, бедна, беспросветна, тупа и кратковременна» [3, с. 96].

Згідно з Т. Гоббсом, за будь-якої форми правління (монархії, олігархії або демократії) повинна існувати сильна державна влада. Безумовно, якщо влада вчасно припиняє будь-яку релігійну, політичну діяльність, вона послабляє державу. Але влада — це люди, котрі теж можуть сумніватися в доцільності підтримування застарілих правил. Наявний парадокс управління в суспільстві — люди добровільно відмовляються від звичного соціального порядку. Настають хаос, занепад, потрібен «новий Левіафан» для встановлення ладу в умовах, що змінилися.

Багато хто сприйняв положення праці Т. Гоббса так: джерело закону — у верховній владі держави.

Заклики до зміни громадського ладу трапляються в історії з очевидною періодичністю. Однак саме період сумніву у встановленому порядку речей і прагнення його знищити зумовлюють найпотужніші релігійні й філософські течії. У праці «Соціалізм як явище світової історії» І. Шафаревич стверджує: «Соціалізм — это один из аспектов стремления человечества к самоуничтожению, к Ничто, а именно — его проявление в области организации общества» [4, с. 367].

І. Шафаревич вказує на філолофсько-культурну складову соціалістичних ідей, що проявляється в ставленні до громадського ладу, — знищенні системи суспільних відносин. «Понимание социализма как одного из проявлений стремления человечества к самоуничтожению делает понятной его враждебность индивидуальности, стремление уничтожить те силы, которые поддерживают, укрепляют человеческую личность: религию, культуру, семью, индивидуальную собственность» [4, с. 367].

Науковець описує, в якій формі буде створена нова вертикальна структура відносин, яка ґрунтується на означених вище принципах. «С этим согласуется стремление низвести человека на уровень детали государственного механизма, доказать, что человек реально существует лишь как проявление неиндивидуальных сил — производства или классовых интересов» [4, с. 367]. Таким чином, знову маємо справу з явищем обмеження волі індивіда. «При таком подходе мы наталкиваемся на поразительное явление: социализм (по крайней мере, на первый взгляд) оказывается вопиющим, кричащим противоречием! Исходя из критики окружающего общества, обвиняя его в несправедливости, неравенстве, отсутствии свободы, социализм, в своих наиболее последовательных системах, провозглашает несравненно большую несправедливость, неравенство и рабство!» — зазначає дослідник [4, с. 8]. Можливо, згодом нові соціальні норми «пом'якшуються», виникають адаптивні механізми, а новий порядок стає звичним і сприймається як такий, що існує вічно.

Сміхова культура й карнавальні свята — спроби подолання застарілих соціальних норм. Тому карнавал також є анонімним явищем.

У праці «Творчість Франсуа Рабле і народна культура середньовіччя й Відродження» М. Бахтін описує народні свята як руйнування прийнятого світу й створення на нетривалий час світу «навпаки, навиворіт» [5]. Відмінність народних карнавалів від офіційних державних свят полягає в тому, що вони «заперечували» символічні форми, правила й церемонії. Насамперед, це стосувалося ієрархічних порядків, співвідпорядкованості людей, звичних соціальних позицій. Сміхова культура демонструє наявні відносини як неважливі, піддає

їх не просто індивідуальному сумніву, а гіпертрофованому порівнянню напоказ у вигляді карикатури, пародії, буфонади. Фізіологічні потреби, прості плотські бажання притаманні, як виявляється кожній людині, тому змінюються авторитети, втрачають сакральність державні діячі й церковні ієрархи.

Така народна творчість у західній культурі виконує компенсаторні функції: висміює протиріччя в суспільстві, знижує соціальну напруженість, дозволяє уникати кровопролитних соціальних потрясінь, стає внутрішнім стимулом розвитку влади. При цьому підкреслюється єдність вельмож і простолюдинів, висоти духу й плотських задоволень, кругообігу «верху і низу», циклічності природних явищ та суспільних рухів.

Розглянемо художнє втілення аномії.

Панорамний опис аномійного суспільства наявний у сучасно-го португальського письменника Ж. Самараго в романі «Сліпота». Раптова втрата зору у фізичному змісті вводить у суспільство хаос. Імовірно, такі образи співвідносяться з вавилонським стовпотворінням. Спочатку одиничні ситуації безладдя, незграбні вчинки окремих людей, які невдовзі швидко поширюються. Потім — інстинктивна поведінка влади, що намагається зберегти залишки порядку й саму себе, прискорює втрату суспільством ознак цивілізації: люди втрачають людське обличчя заради виживання. Раптом на останній стадії деградації відбувається диво — люди починають прозрівати, відкривається нова епоха життя.

Автор буденним чином описує апокаліпсис і наприкінці пояснює те, що трапилося, вустами головного героя: «Я думаю, ми не осліпли, а були й залишаємося сліпими. Сліпими, які бачать. Сліпі, які бачать, не бачачи» [6, с. 68]. Наскільки просто суспільство без культурних норм і слабких соціальних інститутів перетворюється на сукупність індивідів, що ведуть гоббсівську «війну всіх проти всіх».

Соціологічне розуміння аномії є дещо іншим.

Соціологія розглядає норми соціальні. Соціальність означає взаємодію індивідів, а норма — належну або статистично домінуючу форму дії. Термін «норма» має латинське походження. *Norma*, [nosco] — 1) косинець (*anguli ad normam respondententes Vtr*); 2) норма, початок, що керує, правило (*n. rationis, juris C; n. loquendi H*); *Normalis normalis*, е [norma] — побудований по косій, прямій. *Normo* [norma] — відмірювати по косинцю або по виску [7, с. 675–676].

Соціологи переважно звертають увагу на те, що норма — це кероване начало, правило, те, що регулює соціальну взаємодію. З одного боку, перше значення слова «норма» — еталон виміру, тобто несе

певний орієнтир або зразок для порівняння. Його не обов'язково наслідувати. З іншого боку, значення як керівного начала. При цьому, немає чіткого зобов'язання: «відмірювати» або «пізнавати, випробовувати». Можна розуміти «керівне начало, правило», як «точку відліку» для формування судження або дії, а «раціональне правило» може розглядатися радше як модель, шлях до рішення про дію з урахуванням якихось умов.

Звідки виникають соціальні норми? Чи є це Закон Божий, право, дане нам від природи, або правило має рукотворне походження?

Косинець або висок стосуються будівельних робіт. Коли необхідно перевірити вертикальність будови, спускається висок або прикладається косинець. Визначається ступінь відповідності не штучному зразку, а природному ідеалу.

Якщо цю ситуацію застосувати до людей, то сам процес взаємодії між ними є підтвердженням правила поведінки, його запереченням, або пошуком оптимальної норми. Закономірне запитання: що є критерієм оптимальності? Різні умови, різноманіття цінностей, різні уявлення індивідів становлять безліч варіантів. Проте правило звичайно виникає й успішно застосовується, його навчають, його знання є умовою соціалізації в суспільстві, а кращі стають культурними досягненнями.

Припустимо, що кожний, хто взаємодіє, має свою мету (вимушено поставлену необхідністю функціонування) і вибирає таку траєкторію руху, щоб досягти її з мінімальними зусиллями й максимальним ефектом. Тобто в нього вже є критерій оцінювання. Умоглядні або реальні випадки зіткнення індивідів корегують умови взаємодії, формуючи правила такої взаємодії. Тому можна стверджувати, що норми взаємодії виробляються в процесі самої взаємодії.

Наскільки індивіди усвідомлюють мету, чи діють вони по шаблонах поведінки, як розуміється ефект, чи прагнуть дійсного розвитку, — усе це є припущеннями, якими в багатьох випадках можна знехтувати.

У взаємодії двох індивідів важливі не тільки їх участь, але й можливість участі безлічі індивідів, усього співтовариства. Звідси соціальні норми, що виникли й поширені, забезпечують збереження, цілісність суспільства.

Наскільки важливі для збереження суспільства є соціальні норми, свідчить дослідження явища аномії.

Аномійний стан суспільства різні вікові групи населення переживають по-різному. Сфери ураження світосприйняття, їх ступінь і наслідки дій, які переживають абсолютно по-різному.

Поняття аномії в соціологію ввів Е Дюркгейм (1893 р.) у працях «О разделении общественного труда» (1883), «Самоубийства» (1887), «Правила социологического метода» (1895), «Элементарные формы религиозной жизни» (1915).

Більші політичні суспільства можуть перебувати в рівновазі (мати правила, що задовольняють усіх членів суспільства й дотримувати суспільного порядку) тільки завдяки спеціалізації занять. Розподіл праці, на думку Дюркгейма, — одне із головних джерел суспільної солідарності, тобто громадського порядку. Він полягає не тільки в тому, що збільшується продуктивність розмежованих видів функціональної діяльності, але й у тому, що робить їх солідарними. Дюркгейм погоджується з О. Контом щодо того, що розподіл праці не є суто економічним явищем. Якщо розглядати всю сукупність різноманітних дій людей, не обмежуючи їх тільки матеріальними відносинами, то розподіл праці — «найістотніша умова громадського життя». Хоча Дюркгейм і наводить приклади зі сфери проведення, ймовірно, слід розглядати розподіл не праці, а діяльності стосовно збереження громадського порядку [8].

Два види суспільної солідарності — органічна й механічна — засвідчують динаміку процесів розподілу діяльності в суспільстві.

Органічна солідарність поширюється як співробітництво індивідів, кооперація між учасниками спільної діяльності. Вона виникає в разі визнання кожного незалежним, автономним індивідом, у якого є свої ресурси, мета і він відповідає за результат. Відносини між ними регулюються правом і контрактом, вони можливі й ефективні за умови освоєння чогось нового, простору невідомого, при якому суспільство є таким, що розбудовується вишир, по горизонталі.

Розширення розподілу діяльності має свої обмеження — воно загрожує цілісності суспільства, функціонуванню як єдиного механізму. Твердження Дюркгейма про те, що щільність членів суспільства сама є причиною розподілу праці, свідчить про максимальні межі або недостатність такого розширення. Необхідна механічна солідарність, якій відповідає репресивне право, де порушення соціального зв'язку карається як злочин.

Механічна солідарність затребувана, коли окремі індивіди або групи розглядаються як члени суспільства, а в їхній діяльності повинні бути дотримані інтереси всього суспільства. Суспільство зберігає цілісність, коли держава від імені всіх формує механізми керованості індивідами, вибудовуючи вертикальні ієрархії. Дюркгейм наводить аналогію з біологічним організмом, де кожен орган виконує свої функції, так зберігається цілісність загального.

Коли розподіл діяльності не має на меті солідарності, то, на думку Дюркгейма, органи суспільства перебувають у стані аномії. Це випадки, коли між ними немає взаємодії або вона надто обмежена.

### **Висновки.**

Аномія в суспільстві — явище перманентне й регулярне, пов'язане з розширенням і поглибленням спеціалізацій діяльності (розподілом праці).

Соціальна солідарність означає громадський порядок. Якщо під час взаємодії виникає соціальна норма, можна стверджувати про наявність певного порядку. Солідарність утворюється протягом деякого періоду часу й розповсюджується від взаємодії двох індивідів до груп та суспільства в цілому.

Соціальна норма визнається більшістю в суспільстві, й люди дотримуються її. Розширення сфер докладання зусиль індивідами спричиняє не тільки розвиток спеціалізацій діяльності окремих індивідів, але й непорозуміння зі сторони більшості (перший випадок аномії, згідно з Дюркгеймом).

Коли дедалі більша кількість людей сумнівається або заперечує старі норми, а нові норми не виникають, суспільна солідарність не формується, проявляється другий випадок аномії за Дюркгеймом. Для подолання необхідна комунікація в найрізноманітніших її формах у сфері як органічної, так і механічної солідарності.

Перспективним є не спостереження за руйнуванням соціального порядку і стражданням людей в умовах безнормності, а дослідження процесів того, як виникає, формується і коригується відповідність системи розподілу суспільної праці (діяльності) й умов життєдіяльності суспільства.

### **Список використаних джерел**

1. Библия.
2. Бачинин В. А. Беззаконие (аномия) как культурно-исторический феномен / В. А. Бачинин // Политика и Общество. — 2005. — № 7 — С. 4–9.
3. Гоббс Т. Сочинения в 2 т. Т. 2. Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского / Т. Гоббс. — М. : Мысль, 1991. — 731 с. : ил. — (Философ. наследие).
4. Шафаревич И. Р. Социализм как явление мировой истории / И. Р. Шафаревич // Есть ли у России будущее? : Публицистика. — М. : Сов. писатель, 1991. — 560 с.
5. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. — 2-е изд. — М. : Худож. лит. 1990. — 543 с.
6. Самараго Ж. Слепота / Ж. Самараго. — М. : Эксмо, 2008. — 68 с.
7. Дворецкий И. Х. Латинско-русский словарь, Изд. 2-е, перераб. и доп. / И. Х. Дворецкий — М. : — «Русский язык», 1976. — 1096 с.
8. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии / Пер. с фр. и послесловие А. Б. Гофмана. / Э. Дюркгейм. — М. : Наука, 1990. — 575 с.

## References

1. Bibliya.
2. Bachinin V. A. Bezzakoniye (anomiya) kak kulturno-istoricheskiy fenomen / V. A. Bachinin // Politika i Obshchestvo. — 2005. — № 7 — S. 4–9.
3. Hobbes Thomas. Sochineniya v 2 t. T. 2. Levafan, ili Materiya, forma i vlast gosudarstva tserkovnogo i grazhdanskogo / T. Hobbes. — M. : Mysl, 1991. — 731 s. : il. — (Filosof. naslediyе).
4. Shafarevich I. R. Sotsializm kak yavleniye mirovoy istorii / I. R. Shafarevich // Est li u Rossii budushcheye? : Publitsistika. — M. : Sov. pisatel, 1991. — 560 s.
5. Bakhtin M. M. Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaya kultura srednevekovia i Renessansa / M. M. Bakhtin. — 2-e izd. — M. : Khudozh. lit. 1990. — 543 s.
6. Saramago, José de Sousa. Slepota / J. de S. Saramago. — M. : Eksmo, 2008. — 68 s.
7. Dvoretzkiy I. Kh. Latinsko-russkiy slovar / I. Kh. Dvoretzkiy. — Izd. 2-e, pererab. i dop. — M. : — «Russkiy yazyk», 1976. — 1096 s.
8. Durkheim David Émile. O razdelenii obshchestvennogo truda. Metod sotsiologii / D. É. Durkheim. — Per. s fr. i poslesloviye A. B. Gofmana. — M. : Nauka, 1990. — 575 s.

UDC 316.75 (091)

### ANOMIE AS A SOCIAL AND CULTURAL PHENOMENON

**H. V. Afenchenko**, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**N. V. Shumlianska**, Senior Lecturer, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv  
*agv2005@ukr.net*

**The aim** of this paper is to compare the major definitions of anomie phenomenon that are presented in the sources of theology, philosophy and literature, as well as to clarify the understanding of anomie in theoretical sociology, to determine the areas of overcoming anomie in society.

**Research Methodology.** Seven works of the world literature on this subject were considered.

**The results.** Social norm should be seen not as imposed or required arising from nowhere, but as a result of making the rules of interaction between individuals. It causes common social standards that provide safety, integrity of the society. It is alleged that anomie in the society is a permanent and regular phenomenon associated with the expansion and deepening of specialization of activities (a division of labor). The first type of anomie was the survival of the community that intervened in the expansion of species (spheres). The second type of anomie occurred in the process of fixing new types of division of labor (work) in the functioning of social institutions. Solidarity as social order is produced over a period of time and involves interaction between two individuals and groups of society as a whole.

**Novelty.** An attempt is made to show the permanence and constancy of anomie phenomenon, its objective character, in contrast to the position when anomie has traditionally been seen as an exceptional phenomenon.

**The practical significance.** Sociologists and culturologists will be able to find information that can help formulate the aims and objectives of anomie in the society more precisely.

**Key words:** *anomie, social solidarity, social norms.*

Надійшла до редколегії 10.03.2015 р.



**Розділ третій**

**Журналістика та засоби масової інформації**

**Part Three**

**Journalism and Mass Communication**

УДК [070 : 48:796]

**А. В. Гусев**, аспірант, Національний університет імені Олеса Гончара,  
м. Дніпропетровськ

### **ВПЛИВ МЕДІА НА РОЗВИТОК ПРОФЕСІЙНОГО СПОРТУ**

Проаналізовано особливості взаємодії медіа та спорту. Розглянуто вплив медіа на процеси комерціалізації спорту. Констатовано, що нині спорт являє собою величезну й різноманітну індустрію, до якої долучилася значна кількість людей, спортивних клубів, федерацій, ЗМІ і бізнес-структур. Доводиться, що нині спортивні змагання, завдяки впливові медіа, вже є не тільки грою, а й серйозною комерційною діяльністю, спрямованою на отримання прибутку.

**Ключові слова:** *медіа, спорт, глобалізація, комерціалізація, економіка.*

**А. В. Гусев**, аспирант, Национальный университет имени Олеса Гончара,  
г. Днепропетровск

### **ВЛИЯНИЕ МЕДИА НА РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СПОРТА**

Анализируются особенности взаимодействия медиа и спорта. Рассматривается влияние медиа на процессы коммерциализации спорта. Констатируется, что в настоящее время спорт представляет собой огромную и разнообразную индустрию, в которую вовлечено большое количество людей, спортивных клубов, федераций, СМИ и бизнес-структур. Доказывается, что ныне спортивные соревнования, благодаря медиа, являются уже не только игрой, но и серьезной коммерческой деятельностью, направленной на получение прибыли.

**Ключевые слова:** *медиа, спорт, глобализация, коммерциализация, экономика.*

**A. V. Husiev**, postgraduate student, Oles Gonchar National University,  
Dnepropetrovsk

### **MEDIA INFLUENCE ON THE PROFESSIONAL SPORT DEVELOPMENT**

This article analyzes the features of the interaction between media and sport. Media influence on the process of sport commercialization is considered. It is alleged that nowadays sport is a huge and diverse industry, which involves a lot of people, sports clubs, federations, media and businesses. It is proved that thanks to media influence sport is no longer just a game, but also major commercial activities aimed at making profit.

**Key words:** *media, sport, globalization, commercialization, economics.*

**Постановка проблеми.** Спорт — важлива складова сучасної культури, важливою є і його роль як фактора соціального розвитку, ефективного виховного та комунікативного засобу. Актуальність статті зумовлена тим, що сучасні спорт, змагання являють собою вже не тільки гру, а й серйозну комерційну діяльність, спрямовану на отримання прибутку. Й. Хейзінга зазначав, що в спорті «...ми маємо справу з діяльністю, яка здійснюється і визнається як гра і водночас зведена до такого ступеня технічної організації матеріального осна-

щення та наукового осмислення, що її колективному і публічному культивуванню загрожує зникнення духу власне гри» [6, с. 224]. У сучасному світі в структурі вільного часу спорт посідає важливе місце, будучи значущою складовою масової культури.

**Останні дослідження та публікації.** Наукова розробленість теми досить мала. У небагатьох дослідженнях останніх років ідеться про те, що спорт став важливою галуззю економіки. Зокрема, О. Почінкін зазначає: «Комерційний аспект спорту передусім повинен впливати на підвищення видовищності змагань, створення інтриги й ажіотажу навколо спортивних подій. Усе це потрапляє в поле зору ЗМІ, оскільки вони й заробляють на цьому ажіотажі, і популяризують спорт» [4]. В епоху глобалізації та нових технологій спорт не може розвиватися окремо. Нині професійний спорт базується на активній підтримці телебачення.

**Мета статті** — простежити, як медіа вплинули на розвиток професійного спорту, який з «простого», хоча й захоплюючого видовища перетворився на своєрідний товар, призначений для найширшого кола споживачів.

**Результати дослідження.** Сучасні медіа значно посилюють видовищний потенціал спорту. Технічний прогрес трансформував систему ЗМІ та всі сфери інтелектуальної діяльності. Істотні зрушення відбулися і в самій структурі зайнятості у зв'язку з удосконаленням виробничих процесів та вивільненням часу. В інформаційному середовищі «набула значного розвитку індустрія вільного часу — спорт, театр, кіно. За вільний час читача, слухача, глядача відбувається запекла конкурентна боротьба і між традиційними ЗМІ, і між різними галузями масової культури» [1, с. 25]. Спостерігається абсолютно закономірний зв'язок між обсягом вільного часу і всім стилем життя, коли в людини виникає більше можливостей для реалізації своїх інтересів та схильностей. Паралельно посилюється і роль ЗМІ, які відіграють роль не тільки одного з факторів, що організовує ритм і динаміку життя, але й галузі індустрії вільного часу.

Слід зазначити, що спочатку спортивні змагання були аматорськими, а учасники Олімпійських ігор в інший час працювали в інших сферах діяльності, але вже в добу античності, починаючи з V ст. до н. е., сформувався прошарок професійних атлетів. Система місцевих змагань-агонів зі значними призами дозволяла представникам нижчих класів, задіяних у професійному спорті, забезпечувати собі заможне існування. Особливого поширення професійний спорт набув спочатку в елліністичній Греції, а потім у Стародавньому Римі як результат зміни концепції фізичного виховання: з підготовки бій-

ців загального ополчення спорт перетворювався на видовище, і цілеспрямовано до нього, як будь-якого виду мистецтва, долучалися лише обрані. Створений у I ст. до н. е. образ професійного атлета — кулачного бійця — демонструє, як у цей час розвинулася сама концепція спорту. Скульптурний портрет замість гармонійної фігури людини-громадянина, характерної для класичної грецької школи, передає до натуралістичних подробиць гіпертрофовану мускулатуру професійного бійця, зламаний ніс, розірвані вуха і шрами, а також «спортивний інвентар» — рукавички з металевими вставками на руках.

Після занепаду в Середньовіччі спорт розпочав відродження в Новий час, продовжив формуватися саме професійний спорт. Так, із загальної маси любителів кулачних боїв в Англії у XVIII ст. виокремилися кращі майстри, котрі заробляли на цьому. Першу школу боксу в Англії відкрив на початку XVIII ст. найкращий боксер-важковаговик свого часу Джеймс Фігг, що давав платні уроки кулачного бою. У середині цього ж століття вже розпочалася практика маніпуляцій із результатами боїв, що дозволяла антрепренерові отримувати значні суми грошей. Спорт стає прибутковою справою, і чим більше людей у ньому задіяні, тим цей прибуток є вищим.

Індустріальна революція і масове виробництво сприяли тому, що в дедалі більшій кількості людей почав з'являтися вільний час, що зумовило масовість спорту. У цей час інтенсивно поширювалася культура дозвілля, а спортивні змагання і спостереження за ними стали популярною розвагою для глядачів і професійною діяльністю для спортсменів. Однак оскільки продаж квитків був головним джерелом доходу спортивних організацій, уведення показу спортивних змагань на телебаченні викликало їхнє незадоволення. Вони вважали, що трансляції змагань призведуть до зменшення глядачів на стадіонах, тому що кожен мав можливість спостерігати за спортивними заходами безпосередньо у власній оселі.

Проте невдовзі стало зрозуміло, що спортивні трансляції популяризують змагання та розширюють їх аудиторію. Одне з найважливіших нововведень — миттєвий повтор гри, який відбувся вперше в 1963 р. Ту саму гру можна було переглядати знову і знову з різною швидкістю, з різних точок. Але з розширенням аудиторії спорт фактично залежав від коштів, що надходили від телебачення та спонсорів, які почали висувати свої вимоги; зважаючи на них, навіть змінювалися спортивні правила. Так, у 60-ті рр. XX ст. спочатку Американська баскетбольна ліга, а потім і Американська баскетбольна асоціація з метою поживлення гри й підвищення інтересу в глядачів увели в ігровий процес триочкові кидки, що пізніше закри-

пилися в баскетбольних правилах у всьому світі. З 1970 р. на професійних тенісних турнірах для скорочення часу матчів система, яка передбачала обов'язкову різницю у два гейми для перемоги в сеті, була витіснена т. зв. тайм-брейком, тобто вирішальним геймом, що розігрувався за умови рівного рахунку 6:6 у сеті. Наприкінці ХХ ст. у волейболі, де до цього можна було отримати очко тільки на своїй подачі, для збільшення видовищності ввели систему «ралі-пойнт», згідно з якою кожен розіграш м'яча забезпечував очко — спочатку у вирішальній, п'ятій партії, а з 1998 р. — і в інших партіях матчу. У футболі в 60-ті рр. замість традиційного коричневого ввели білий м'яч і кольорові футболки, щоб спростити перегляд для глядачів. Для того, щоб транслювати якомога більше футбольних матчів, вони відбувалися в різний час. Наприклад, матчі Ліги чемпіонів УЄФА проводять у вівторок і середу ввечері, а Ліги Європи УЄФА — у четвер увечері, в той час як раніше всі вони відбувалися в середу.

У середині 80-х рр. здійснювалися експерименти: повторно переглядали момент гри, який міг вплинути на рішення суддів. Технічні умови дозволяли монтувати трансляцію таким чином, щоб вирізати нецікаві етапи гри, транслювати гру дещо пізніше, додавши коментар; ці прийоми найуспішніше використовувалися для висвітлення Олімпійських Ігор. Розвиток кабельних і супутникових технологій збільшив години спортивних програм — передусім завдяки заснуванню телемережі USA у 1975-му і ESPN — у 1979 р., хоча обидві телекомпанії пізніше розширилися і стали долучати інші види програм, а телекомпанія USA зрештою почала передавати переважно неспортивні передачі. У 90-ті рр. виникли ESPN-2, «Fox Sports» та інші компанії, які стали брати плату за перегляд деяких телевізійних трансляцій, наприклад, матчів з боксу. Їх розквіт спричинив нові зміни в спорті й телебаченні. Спортивні організації почали отримувати значні кошти: «...необхідні фінансові ресурси приходять від сучасного медіа-спортивного комплексу, який був розроблений у країнах Європи в 1970–1980-х рр. і набув свого нинішнього вигляду в 1990-ті рр.» [7, с. 105–119]. Але нині спортивні організації, які раніше заробляли завдяки продажу квитків та спортивної атрибутики, наданню прав на трансляцію матчів, а також спонсорській підтримці, теж починають працювати з новими медіа, для ще більшого розширення аудиторії та якіснішої роботи з нею. Як зазначає С. Квіт, «інтернет дає змогу запровадити цілу низку послуг, які поза ним неможливі або ж надзвичайно складні для споживача» [3, с. 155]. Це означає, що все стає зручнішим: уболівальники більше не очікують на новини або передачі, які мають початися в певний час по телеканалу, або ви-

ходу газети. Нині потреба в інформації може бути задоволена миттєво саме за допомогою нових медіа в тій формі, в якій цього бажає людина. Інформація про спортивні змагання переноситься в Мережу і призначається для глобальної аудиторії, найширшого кола реципієнтів. Спортивні організації використовують цифрові медіа як про-світницькі і розважальні PR-технології. Сучасний футбольний клуб за допомогою інтернет-сайту має можливість скласти широку базу вболівальників завдяки реєстрації на сайті та збору особистих даних під час первинної покупки квитків і товарів у клубі. Надалі цю базу можна поповнювати даними про всі угоди вболівальника з клубом, а також про переходи за посиланнями на інтернет-ресурсах клубу, фактами участі в конкурсах тощо. Інтернет-ресурси багатьох європейських футбольних команд поступово почали запозичувати елементи надзвичайно популярних нині соціальних мереж, а це вже, слід зазначити, зовсім інший рівень. Він дозволяє клубу підвищити ефективність власних маркетингових заходів і всієї системи продажів як загалом, так і для вболівальників, котрі отримують не тільки найцікавішу інформацію, а й різноманітні знижки й подарунки.

Таким чином, структура сучасного професійного спорту є взаємодією між спортивними організаціями, спонсорами, ЗМІ, уболівальниками та державою. Ця взаємодія спрямована на отримання прибутку за допомогою долучення до спортивного заходу якомога більшої кількості глядачів. Держава може поліпшити свій імідж як серед своїх громадян, так і інших країн, що в майбутньому може забезпечити стабільний дохід. Спонсори завдяки асоціації свого бренда зі спортивними подією або організацією (спортсменом) отримують більше клієнтів, отже, прибуток; спонсорська участь також поліпшує імідж компанії. ЗМІ охоплюють широку аудиторію (зазначимо, фінал Чемпіонату світу з футболу в ПАР переглянули мільярд людей) та, відповідно, значні спонсорські кошти від реклами. Спортивні організації отримують гроші від спонсорів, ЗМІ та продажу квитків; крім того, що важливо, популяризується спорт як такий.

Підсумовуючи, зазначимо, що ЗМІ посідають важливе місце в системі спортивної комунікації, яка є одним з головних каналів зв'язків з громадськістю. Крім того, завдяки високій довірі до неї аудиторії і позитивнішому сприйняттю реклами, вона являє собою один з найефективніших рекламних носіїв.

**Висновки.** Сучасний спорт, перетворившись на видовище і комерційно успішне шоу, орієнтований на отримання значного прибутку, а отже, на запити максимально широкою аудиторії. Комерціалізація спорту має багато аспектів, як позитивних, так і негативних. З одного

боку, сучасний спорт перетворюється на шоу, що призводить навіть до змін у правилах, що не завжди позитивно та суперечить спортивним принципам. Окрім того, будь-якого видатного спортсмена, відому спортивну асоціацію або клуб теж можна назвати і товаром (брендом), і рекламним інструментом, який значно підвищує продажі. З іншого боку, завдяки комерціалізації в спорт надходять значні кошти, в результаті чого поліпшуються якість інфраструктури й організація змагань, що також позитивно впливає на популяризацію спорту загалом. Отже, сучасний спорт — це не тільки масове соціальне явище, а й бізнес, який неможливий без підтримки ЗМІ та спонсорів.

Вплив медіа на розвиток спорту, на нашу думку, потребує ретельного вивчення з метою пошуку методів подальшого розвитку і його взаємодії з аудиторією та ЗМІ.

### Список використаних джерел

1. Засурский Я. Н. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий / Я. Н. Засурский // От книги до интернета. Журналистика и мир на рубеже нового тысячелетия / отв. ред. Я. Н. Засурский, Е. Л. Варганова. — М. : Изд-во Москов. ун-та, 2000. — С. 20–25.
2. Игры с девятью нулями [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.faito.ru/archnews/1218173464,1229188651>. — Загл. с экрана.
3. Квіт С. М. Масові комунікації : підруч. для студ. вищих навч. закл. / Сергій Квіт. — Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. — 206 с.
4. Починкин А. В. Потенциальное развитие спорта в условиях коммерциализации [Электронный ресурс] / А.В. Починкин. — Режим доступа : <http://federalbook.ru/files/SPORT/soderganie/Tom%202/potencial%20sporta.pdf>. — Загл. с экрана.
5. Фомин Ю. А. Коммерциализация олимпийского спорта как противоречие его развития / Ю. А. Фомин // Человек в мире спорта: Новые идеи, технологии, перспективы. — М., 2008. — Т. 2. — С. 578–579.
6. Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня / Й. Хейзинга ; пер. с нидерл. ; общ. ред. и послесл. Г. М. Тавризян. — М. : Изд. группа «Прогресс», «Прогресс-Академия», 1992. — 464 с.
7. Helland K. Changing Sports, Changing Media / K. Helland. — Nordicom Review, Jubilee Issue 2007. — 232 p. — P. 105–119.

### References

1. Zasurskiy Ya. N. Zhurnalistika i mir na rubezhe tysyacheletiy / Ya. N. Zasurskiy // Ot knigi do interneta. Zhurnalistika i mir na rubezhe novogo tysyacheletiya / отв. red. Ya. N. Zasurskiy, E. L. Vartanova. — M. : Izd-vo Moskov. un-ta, 2000. — S. 20–25.
2. Igrы s devyatyu nul'yami [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa : <http://www.faito.ru/archnews/1218173464,1229188651>. — Zagl. s ekrana.
3. Kvit S. M. Masovi komunikatsii : pidruch. dlia stud. vyshchykh navch. zakl. / Serhii Kvit. — Kyiv : Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiiа», 2008. — 206 s.
4. Pochinkin A. V. Potentsialnoye razvitiye sporta v usloviyakh kommertsializatsii [Elektronnyy resurs] / A.V. Pochinkin. — Rezhim dostupa : <http://federalbook.ru/files/SPORT/soderganie/Tom%202/potencial%20sporta.pdf>. — Zagl. s ekrana.
5. Fomin Yu. A. Kommertsializatsiya olimpiyskogo sporta kak protivorechiye ego razvitiya / Yu.A. Fomin // Chelovek v mire sporta: Novyye idei, tekhnologii, perspektivy. — M., 2008. — T. 2. — S. 578–579.

6. Huizinga Johan. Homo ludens. V teni zavtrashnego dnya / Johan Huizinga; per. s niderl. ; obsh. red. i poslesl. G. M. Tavrizyan. — M. : Izd. grupa «Progress», «Progress-Akademia», 1992. — 464 s.
7. Helland K. Changing Sports, Changing Media / K. Helland. — Nordicom Review, Jubilee Issue 2007. — 232 p. — P. 105–119.

UDC [070 : 48:796]

## **MEDIA INFLUENCE ON THE PROFESSIONAL SPORT DEVELOPMENT**

**Husiev A. V.**, postgraduate student, Oles Gonchar National University, Dnepropetrovsk.  
gusi\_3@mail.ru

**The aim** of this paper is to trace media influence on the professional sport development, thus becoming a kind of product designed for a wide range of customers.

**Research methodology.** Structural and functional analysis allows analyzing the relations between modern professional sport and media.

**The results of the study.** This article analyzes the features of the interaction between media and sport. Media influence on the process of sport commercialization is considered. It is alleged that nowadays sport is a huge and diverse industry, which involves a lot of people, sports clubs, federations, media and businesses. Sport has always been a part of state policy. TV broadcast turns major sports events into effective means of educating patriotism. It is proved that thanks to media influence sport is no longer just a game, but also major commercial activities aimed at making profit.

**Novelty.** An attempt is made in this paper to show media influence on the development of sport and its interaction with the audience and the media.

**The practical significance.** The prospects for further research are wide enough. It will be possible to present professional sport development in the context of media dependence.

**Key words:** media, sport, globalization, commercialization, economics.

Надійшла до редколегії 12.03.2015 р.



УДК 007:304:001

**Є. В. Подобна**, аспірант, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

### **ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕНТУ ЖУРНАЛУ «ХУТОРЯНИН» (1896–1917 РР.)**

Розглянуто історію виникнення, становлення та розвитку сільськогосподарського журналу «Хуторянин», що виходив друком у Полтаві з 1896 по 1917 рр. Проаналізовано контент часопису, виокремлено основні проблемно-тематичні напрями публікацій, оприлюднених на шпальтах журналу. Визначено коло співробітників цього видання.

**Ключові слова:** журнал, «Хуторянин», Полтава, сільськогосподарська преса.

**Е. В. Подобная**, аспирант, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев

### **ОСОБЕННОСТИ КОНТЕНТА ЖУРНАЛА «ХУТОРЯНИН» (1896–1917 ГГ.)**

Рассмотрено историю возникновения, становления и развития сельскохозяйственного журнала «Хуторянин», который издавался в Полтаве с 1896 по 1917 гг. Проанализирован контент издания, выделены главные проблемно-тематические направления материалов, опубликованных на страницах издания. Определен круг сотрудников этого издания.

**Ключевые слова:** журнал, «Хуторянин», Полтава, сельскохозяйственная пресса.

**Ye. V. Podobna**, postgraduate student, Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv

### **CONTENT SPECIFICS OF THE «KHUTORIANYN» MAGAZINE (1896–1917)**

The history of origin, formation and development of the agricultural magazine «Khutorianyn», which was published in Poltava from 1896 to 1917, is considered. The content of this magazine is analyzed. The main issues and materials published on the pages of the magazine have been highlighted. The circle of staff of this publication is specified.

**Key words:** magazine, «Khutorianyn», Poltava, agricultural press.

**Постановка проблеми.** Історія журналістики нині — один з найважливіших напрямів науки про соціальні комунікації. Передусім актуальним є вивчення дореволюційного періоду української журналістики, адже протягом тривалого часу історія преси досліджувалася крізь призму радянської ідеології. При цьому нерідко оминали увагою значущі видання та діяльність відомих публіцистів. Численні газети та журнали донині не вивчені, насамперед це стосується історії місцевої преси. Окремі аспекти історії полтавської періоди-

ки та деяких видань розкривалися в працях таких науковців, як Н. Сидоренко, О. Сидоренко, О. Школьна, С. Семенко, В. Коротенко, О. Дроздовська, Н. Степаненко. В останні роки спостерігається посилення уваги дослідників до місцевої преси, однак, незважаючи на це, більшість видань не вивчені. Зокрема це стосується і преси Полтавської губернії. Особливе місце серед видань м. Полтава посідає журнал «Хуторянин». Протягом тривалого часу на його сторінках обговорювали як фахові економічні та сільськогосподарські питання, так і нагальні соціально-політичні питання. Історія функціонування часопису яскраво відображає тогочасні тенденції розвитку місцевої преси, а публікації журналу донині є цінним фактичним матеріалом. Усі ці аспекти надають вивченню видання актуальності.

**Мета** статті — визначити історію розвитку та контент журналу «Хуторянин». Для цього необхідно вирішити такі завдання:

- 1) окреслити передумови виникнення часопису, історію становлення та розвитку видання;
- 2) визначити коло співробітників журналу;
- 3) проаналізувати контент видання, виокремити основні проблемно-тематичні вектори «Хуторянина».

Об'єкт дослідження — полтавська дореволюційна преса, предмет — журнал «Хуторянин». Хронологічні межі дослідження — 1896–1917 рр.

Перший випуск журналу вийшов друком 23 травня 1896 р. У різні роки свого існування часопис позиціював себе як: «Еженедельное издание, посвященное интересам местного сельского хозяйства, промышленности и торговли»; «Еженедельный иллюстрированный журнал, посвященный интересам сельского хозяйства, кооперации, промышленности и торговли», «Орган Полтавского общества сельского хозяйства». «Хуторянин» друкувався раз на тиждень по четвергах. Видавець часопису — Полтавське товариство сільського господарства. Його редакторами в різні роки були: Д. Квітка, П. Малама (з №25 за 1906 р.), П. Гриневиц (з №10 за 1907 р.), П. Ганько (з №22 за 1907 р.), А. Шимков (з №19 за 1911 та з №41 за 1914), Д. Ярошевич (з №24 за 1914 р.).

Часопис мав 1,5–2 друковані аркуші, згодом — від 2 до 3 (понад 220 сторінок на рік). Заявлена редколегією програма видання:

- 1) урядові постанови та розпорядження;
- 2) діяльність місцевих сільськогосподарських товариств, їх відділів та відділень;
- 3) статті із сільського господарства, промисловості та торгівлі, економічні й технічні;

- 4) хроніка, сільськогосподарський огляд і кореспонденції;
- 5) сільськогосподарська й економічна діяльність земських установ;
- 6) бібліографія та огляд сільськогосподарської й економічної літератури;
- 7) сільськогосподарський фейлетон;
- 8) стислі повідомлення: новини торгівлі, повідомлення про погоду
- 9) запитання та відповіді;

Передусім, метою діяльності журналу було поширення знань серед сільського населення. У передовій статті №4 за 1904 р. редколегія зазначала: «Одне з головних завдань «Хуторянина» — виявлення умов, при яких можливі сільськогосподарський прогрес і підняття економічного становища населення».

Співробітниками та членами редколегії журналу в різний час були: голова Полтавського сільськогосподарського товариства, активний громадський діяч Д. Квітка, уповноважений по сільськогосподарській частині П. Дубровський, учений секретар місцевого сільськогосподарського товариства О. Іллічевський, директор Полтавського дослідного поля Ю. Соколовський, помічник директора Полтавського дослідного поля С. Третьяков, член Полтавської губернської земської управи П. Бровко, адвокат М. Дмитрієв, секретар Полтавської повітової земської управи Д. Ярошевич, депутат першої російської Державної Думи Я. Імшенецький, директор земського музею М. Ольховський, П. Колініченко, секретарем газети був І. Дмитренко. Активну участь у роботі журналу брали його дописувачі — науковці, фахівці-агрономи, земські чиновники, гласні та власники великих господарств, зокрема: П. Гриневиц, С. Гриневиц, В. Русинов, А. Кисіль, А. Кохановський, В. Дем'яно, А. Агафоненко, В. Сицяно, В. Генінг, М. Чеснок, Я. Ліберман. Серед авторів — одна жінка — К. К. Лісовська. Незважаючи на значну кількість співробітників, редакція була відкритою до співпраці, постійно шукала нових дописувачів та фахівців з різних галузей господарства. Співробітник журналу і земський гласний Присецький згадував: «Редакція охоче приймає співробітників до свого складу, людей, котрі працюють безплатно, хто надасть 2–3 статті, долучають до складу редакції» [2, с. 45]. Статті без зазначення авторства й адреси дописувача до друку не приймалися. Матеріали без зазначення умов публікації друкували безплатно.

Традиційно кожен випуск журналу починався з редакційної статті. Контент видання розкривався в таких рубриках: «Книги, що надійшли до редакції», «Торгові повідомлення», «Стан погоди», «Оголошення», «Хроніка», «Кореспонденції», «Земська хро-

ніка», «Запитання та відповіді», «З сільськогосподарського друку», «Діяльність сільськогосподарських товариств», «Замітки по сільському господарству», «Хроніка кооперативної справи» (після 1910 р.), «Поштова скринька». У рубриці «Земська хроніка» зазвичай друкували деталізовані звіти засідань земського зібрання, рідше — замітки про рішення та постанови земств.

Значний відсоток контенту видання — роботи та звіти Полтавського дослідного поля. Немало статей написав директор, відомий місцевий громадський діяч, згодом, після революції — політик та міністр уряду Скоропадського — Ю. Соколовський. Більшість статей були великими за обсягом і часто друкувалися в кількох випусках, наприклад, «Короткий звіт про результати дослідів Полтавського дослідного поля в 1902 р. у зв'язку з попередніми роками» (№3–4, 20–25) (ця стаття також опублікована в «Працях Константиноградського сільськогосподарського товариства» та видана окремою брошурою). Крім того, на шпальтах журналу виходили друком статті «Ще про глибоке орання» (№27), «Досліди з дрібними ораннями Овсінського» (№28), «Перше молотіння озимої пшениці на дослідному полі в 1903 р.» (№32), «Досліди із сортами картоплі» (№ 38–40), «Про петкусську пшеницю» (№41). Також протягом року друкувалися замітки про діяльність поля. У 1904 р. його директор почав співпрацю з «Хуторянином» зі статті «Звіт про роботи Полтавського дослідного поля в 1903 р.» (1904. — №2–3), «Досліди із сортами вівса на Полтавському дослідному полі в 1903 р.» (1904. — №8).

Часопис постійно друкував статті, присвячені різноманітним питанням агрономії та рослинництва: «Дещо про тютюнове бадилля» (1904. — №2), «Про культуру льону» (1904. — №5), «Кілька слів про значення кущастості хлібних злаків» П. Лещенка, «Посів хлібів між рядами люцерни» О. Кришпофович (1911. — №40), «Формалін як засіб боротьби з головною хлібних рослин» (1910. — №52).

Приблизно такий самий відсоток контенту видання становили статті зі скотарства, зокрема про породи сільськогосподарських тварин, практичні поради щодо утримання, харчування, підвищення продуктивності худоби. Це — «Бесіди з птахівництва» С. Іванова (1904. — №4), «Матеріал для поліпшення нашої робочої сили коня» Н. Крамарева, «Про поліпшення вівчарства в Полтавській губернії» В. Дем'янка (1910. — №4), «Державні та суспільні заходи для поліпшення скотарства» (1909. — №37). Часто друкували статті з бджільництва та шовківництва.

Окремо слід відзначити статті, присвячені сільськогосподарській техніці — новим машинам, знаряддям, пояснення щодо раці-

онального землеробства, новини про винаходи; рекламні вкладки з інформацією про техніку різних виробників («Про конкурс знарядь для поверхонь обробки пари» (1904. — №6), «Про покупку парової молотили» Л. Барчака (1910. — №40),

Необхідно зазначити, що на сторінках видання постійно публікувалися статті про діяльність сільськогосподарських товариств, лекції, виставки, з'їзди поміщиків, майстрів, власників великих господарств: «Агрономічна рада в 1904» (1904. — №15), «Кредитна кооперація на Півдні Росії» (1910. — №47–48), «З'їзд представників земств і південноруських господарів у м. Катеринослав», «З'їзд кустарів у Катеринославі», «Південноруська обласна виставка» (1910. — №40).

Проте журнал не обмежувався суто економічними та сільськогосподарськими темами. Часто на шпальтах «Хуторянина» друкували матеріали з питань народної освіти. У статті «Земський педагогічний журнал» один із членів редколегії зазначив: «Якби земство відхилило видання педагогічного журналу, то ми нагадуємо вчителям і всім діячам народної освіти, що редакція «Хуторянина» завжди охоче надавала й надаватиме місце для різних повідомлень та розробки питань народної освіти» (1910. — №42). Частими на шпальтах журналу були і матеріали про різні соціальні проблеми, такі як алкоголізм. Це, зокрема, стаття «Перший всеросійський з'їзд по боротьбі з пияцтвом», де, окрім деталізованого звіту про подію, наведено багато цікавих статистичних фактів, наприклад, про смертність і кількість хвороб через алкоголізм, роздумів щодо причин такого явища, державної винної монополії.

Нерідко в «Хуторянині» друкувалися статті з геології та ґрунтознавства (передусім присвячені Полтавській губернії), ветеринарії, будівництва (здебільшого — прикладні статті зі схемами, кресленнями тощо). Поширеними є і публікації на медичну тематику. Також автори «Хуторянина» залишили немало цінної інформації про видавничу діяльність місцевого земства, нові періодичні видання, постійно створювали як огляди нової книжкової продукції, так і аналітичні статті про стан видавничої справи та журналістики. Це, зокрема, «Історична довідка» Д. Ярошевича (1907. — №2), «Про старі і нові книги», (1905. — №32), «Земський педагогічний журнал» Д. Я. (1910. — №40).

Висвітлював «Хуторянин» і питання культури. №45 за 1910 р. вийшов друком з портретом письменника Л. Толстого на обкладинці. А №9 за 1911 р. присвячений річниці з дня народження Тараса Шевченка. На першій шпальті було розміщено портрет Шевченка та

статтю «Полтава, 5 березня 1911»: «У річницю звільнення селян постає в пам'яті інша річниця — смерті великого поета Тараса Шевченка, який прожив половину життя в кріпосному стані, але силою своєї душі і допомогою добрих людей вирвався на волю». На думку автора, життя Шевченка — яскравий приклад того, яким злом було кріпосне право. «Однак значення діяльності Шевченка не обмежується цією обставиною. Силою свого таланту він став усенародним великим поетом, близьким усім класам населення... Ніколи ще простонародна, «мужицька» українська мова не звучала так сильно та прекрасно, як в його устах». У тому ж випуску надруковано «Невиданий лист Т. Г. Шевченка», який до редакції надіслав І. Товтолужний з с. Лучка (Кобеляцький повіт), котрий мав оригінал цього листа. Датований 5 листопада 1860 р., він починався словами: «Вельми і вельми шануємий Добродію ласкавий! Ми з вами інакше і не бачились у цім смердючім Петрограді. Ще зимою, може, як Бог pomoже, побачимось в Харкові, а якже не pomoже, то я пришлю вам 50 або й 100 екземплярів свого Кобзаря, а ви передайте його на комісію під час ярмарку харківським книгарям». Після листа подавалася історична довідка про «Кобзар». Статтю підписано криптонімом Г. К. (імовірно, автором був Григорій Коваленко). Третя стаття випуску — «Як Тарас Шевченко отримав свободу».

В останньому номері 1910 р. редколегія зверталася до читачів: «Оглядаючись на пройдений шлях, ми далекі від думки, що наш журнал ідеальний і не має недоліків. Недоліки є, і їх вибачить той, хто ознайомлений із труднощами, пов'язаними з виданням журналу в провінції, зазвичай, бідній на таланти й інтелігентні сили. Дехто з передплатників надали нам вказівки. Таке спілкування з читачами для редакції надзвичайно цінне, оскільки сприяє поліпшенню видання, і ми закликаємо наших передплатників ділитися з нами своїми заувагами».

Журнал відзначали не лише численні читачі, а й фахівці. Про це свідчать нагороди, які «Хуторянин» здобував на сільськогосподарських виставках: золота медаль на виставці садівництва в Ростові-на-Дону (1909), друга — на Південноруській обласній виставці в Катеринославі (1910).

Відомо, що принаймні кілька разів із земського бюджету надавалися субсидії для друку журналу, натомість примірники видання безплатно надсилалися земським гласним, чиновникам економічного бюро та ін. Переважна більшість підтримувала пропозицію про надання грошової допомоги виданню, натомість у «Хуторянині» мали друкувати журнали засідань та постанови земств. У 1904 р. на пер-

шому земському зібранні дехто з гласних висловив рішучий протест проти фінансової допомоги журналу, Н. Бикова було вповноважено детально вивчити ситуацію в редакції й окреслити перспективи подальшої співпраці земства з часописом. Він мав стати членом редколегії і просувати земські питання на шпальтах видання. Однак у звіті Н. Биков зазначає, що редакція прийняла його не надто привітно і запросила на засідання лише один раз, щоб вислухати негативну думку стосовно його присутності в складі редколегії. Н. Биков звертається до президента сільськогосподарського товариства Д. Квітки, задля винесення питання про участь представника земства у виданні на річний з'їзд, який мав відбутися 2 грудня [2, с. 4]. Не дочекавшись цього засідання, земство постановило надати 3 тис. крб субсидії. На ці кошти «Хуторянин» мав друкувати звіти, протоколи засідань економічної ради земства, журнал безплатно надсилався гласним та членам земського статистичного бюро.

Після революції, з квітня 1917 р., журнал став двомовним і виходив друком українською та російською мовами.

Передплата на рік становила 2 крб, півроку — 1 крб (з доставкою та пересилкою) і 1,70 крб на рік без пересилки. Згодом (після 1909) — 2 крб 20 коп. на рік. Окремий випуск «Хуторянина» коштував 5 коп. Передплатити журнал можна було не лише в Полтаві, а й у Петербурзі, Одесі, Варшаві, Катеринославі, Києві, Прилуках, Хоролі; за зміну адреси потрібно додатково внести 20 коп. Плата за оголошення становила 8 коп. за рядок петиту в кінці журналу, на перших шпальтах — удвічі дорожче. У 1904 р. запровадили «Адресний довідник «Хуторянина»»: «Через часті запити передплатників, де дістати насіння, тварин тощо, редакція вирішила відкрити цей відділ, у якому розміщуватимуться адреси фірм і промислових господарств» (1904. — №15). За розміщення адреси в одному номері потрібно було сплатити 75 коп., протягом року — 10 крб, півроку — 6 крб, двох місяців — 4 крб. Для адреси надавалося не більше 5 рядків.

Редакція певний час розташовувалася в приміщенні садиби Полтавської губернської земської управи, однак здебільшого контора та редколегія розміщувалися на вулиці Пушкінській, де перебувало сільськогосподарське товариство.

Журнал мав рекордну для Полтавщини кількість додатків, великий відсоток з них — самостійні періодичні видання, що надсилалися всім передплатникам «Хуторянина». Це журнали «Наблюдения над атмосферними осадками и снежным покровом на дождемерных станциях Полтавского губернского земства» (у 1901 р. друкувало статистичне бюро, опублікований один випуск за вересень-грудень, після

чого видання перенесли до Харкова), «Цены на продукты сельского хозяйства в Полтавской губернии» (1901–1902), «Экономическая и сельскохозяйственная деятельность Полтавского земства» (1901–1903), «Известия о состоянии сельского хозяйства в Полтавской губернии» (1901–1904), «Цены на продукты сельского хозяйства на базарах Полтавской губернии» (1902), «Великая европейская война» (1914), «Справочный листок «Хуторянина»» (1914), «Великая война» (1915–1917), «Неделя «Хуторянина»» (1917) [4, с. 23–24]. Ще одне окреме видання, про яке не згадає жодне опубліковане джерело, — «Листок Хуторянина» (1911), один примірник якого коштував 1 коп. Відомо, що №1 містив одну статтю Б. Овсянникова «Як знищити овсюк».

Неодноразово читачам «Хуторянина» надсилали довідкову літературу, таблиці, зразки насіння. У 1904 р. річні передплатникам отримали від Департаменту землеробства три кольорові «Таблиці головних паразитних грибів та комах плодових дерев і городніх рослин». Разом з №9 у 1904 р. передплатникам надали зразки раннього сорту вівса «немерченський»: «Редакція надіслала передплатникам невеликі зразки цього сорту, виписаного з відомого немерченського насінного господарства п. Бущинського та Лозинського (Подільська губ.). Перед розсилкою насіння дослідили в нашій лабораторії щодо їх чистоти, ваги, взростання». Редакція також просила читачів писати про якість урожаю від надісланого насіння, збираючи таким чином фактичний матеріал агрономічних досліджень. У 1910 р. передплатникам пропонувалося вже до 10 сортів насіння (китайських бобів, люцерни, маку, огірків, цибулі, кукурудзи, ячменю, пшениці та сорго) й один з випусків «Бібліотеки «Хуторянина»» на вибір.

Окремим видавничим проектом редакції був «Календар «Хуторянина»», який почав виходити друком у 1909 р. Це — збірник сільськогосподарських статей з численними ілюстраціями та статистичним матеріалом. У 1911 р. він мав понад 250 сторінок, карту Росії, портрет імператора Олександра II. Вартість такого збірника становила 25 коп. (без пересилки).

Про успіхи в пошуках «свого» читача свідчить опитування, яке редколегія вирішила здійснити в 1899 р., щоб визначити, в якому напрямі має далі розвиватися часопис. Для цього передплатникам надсилали питальники. Редакція отримала 460 відповідей, що становило 1/5 загальної кількості передплатників, а також 12 відповідей від людей, котрі позичали журнал у знайомих чи в бібліотеках. Виявилося, що читали «Хуторянина» не лише в Полтавській губернії, а й у Харківській, Катеринославській, Курській, Херсонській,



Таврійській, Волинській, Петербурзькій, Бессарабській, Кубанській губерніях, області Донського війська. Передплатників Полтавської губернії найбільше було з Полтави і Золотоніського повіту (до сорока осіб), найменше — у Гадяцькому та Пирятинському повітах (по 20 осіб). Щодо соціальної стратифікації, то 63,5% передплатників були селянами, 18,7% — дворянами, 8% — духовними особами, 4,3% — міщанами та купцями [3, с. 7–8]. Показовим є той факт, що 211 з опитаних передплачували газету з часу її заснування, тобто з 1896 р. Однак усі ці цифри повною мірою не відображають популярності видання, адже «Хуторянин» мав значно більше прихильників, оскільки більшість селян були неграмотними, статті з журналу їм читали вголос.

**Висновок.** Таким чином, можна дійти висновку про різноманітність контенту цього журналу, утім щонайменше 70% матеріалів видання стосувалися сільського господарства, інші — це соціальна проблематика, наукові статті з різних галузей знань, довідкова інформація, місцеві новини, реклама. Історія «Хуторянина» має ще немало питань, які потребують вивчення, зокрема, глибше опрацювання контенту видання, вивчення ролі відомих місцевих громадських діячів та науковців у житті видання, динаміки жанрів тощо.

#### Список використаних джерел

1. Довгопола О. Бібліографія дореволюційних сільськогосподарських журналів / О. Довгопола. — Харків, 1961. — С. 56–71.
2. Имшенецкий Я. Хуторянин и его читатели: доклад, читанный в годичном заседании Полтавского общества сельского хозяйства 23 ноября 1899 года / Яков Имшенецкий. — Полтава, 1901. — 55 с.
3. Періодичні видання Полтави та Полтавської губернії (1838–1917) : список / укл. Н. Сидоренко, О. Сидоренко, О. Школьна. — Київ, 1996. — 126 с.
4. Хуторянин. — 1900. — №12–17, 38–40.
5. Хуторянин. — 1901. — №1–10.
6. Хуторянин. — 1905. — №4–12.
7. Хуторянин. — 1910. — №38–42.

#### References

1. Dovhopola O. Bibliohrafiia dorevoliutsiinykh silskohospodarskykh zhurnaliv / O. Dovhopola. — Kharkiv, 1961. — S. 56–71.
2. Imshenetskiy Ya. Khutoryanin i ego chitateli: doklad, chitanny v godichnom zasedanii Poltavskogo obshchestva selskogo khozyaystva 23 noyabrya 1899 goda / Yakov Imshenetskiy. — Poltava, 1901. — 55 s.
3. Periodychni vydannia Poltavy ta Poltavskoi hubernii (1838–1917) : spysok / ukl. N. Sydorenko, O. Sydorenko, O. Shkolna. — Kyiv, 1996. — 126 s.
4. Khutorianyn. — 1900. — №12–17, 38–40.
5. Khutorianyn. — 1901. — №1–10.
6. Khutorianyn. — 1905. — №4–12.
7. Khutorianyn — 1910. — №38–42.

UDC 007:304:001

## **CONTENT SPECIFICS OF THE «KHUTORIANYN» MAGAZINE**

**Podobna Ye. V.**, postgraduate student, Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv

Jenia\_podobna@mail.ru

**The aim** of this article is to study the development of the agricultural magazine «Khutorianyn» and describe its content.

**Research methodology.** The study is based on the analysis of 70 issues of the magazine. Qualitative and quantitative research methods have been used.

**Results.** It has been demonstrated that the «Khutorianyn» was one of the most popular magazines in Poltava. The main principles of development of this magazine have been revealed. The role of political and social processes was evaluated. It was concluded that 70% of the content of the «Khutorianyn» contained agricultural information. However, other articles on education, medicine, politics, trading, economics and, rarely, culture could also be found. Different genres were intertwined in the magazine.

**Novelty.** The author has considered a vast number of magazine issues. Over 200 publications have been examined. Rare documents and facts about the «Khutorianyn» have been found. New data have been received on the Poltava journalism history.

**The practical significance.** This information may be useful for Ukrainian students and educators, who are engaged in the history of Ukrainian journalism.

**Key words:** *magazine, «Khutorianyn», Poltava, agricultural press.*

Надійшла до редколегії 04.03.2015 р.

УДК 007:304:070

**В. О. Садівничий**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, Сумський державний університет, м. Суми

### **ВИДАННЯ МЕДИКО-САНІТАРНИХ БЮРО ГУБЕРНІЙ ЯК ТИП СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ МЕДИЧНОЇ ПРЕСИ**

Аналізуються спеціалізовані продовжувані видання медико-санітарних бюро, що в XIX — на початку XX ст. виходили друком у 9 губерніях Наддніпрянської України. Вивчаються «Бюлетни...», «Ведомости...», «Обзоры...», «Сведения...» та «Хроники...» — їх функціональні, проблемно-тематичні й аудиторні атрибути. Описано 33 такі видання. З'ясовано, що їх виникненню сприяли проведення санітарно-просвітницької роботи та протиепідемічних заходів, а також наявність продуктивних сил. Висвітлено роль редакторів та авторів у формуванні науково-популярного й науково-просвітницького контенту. Окремо проаналізовано проблематику цих видань, з'ясовано їхню тематичну багатогалузевість.

**Ключові слова:** *типологія, продовжуване видання, тема, наукова комунікація, медицина.*

**В. А. Садовничий**, кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент, Сумской государственной университет, г. Сумы

### **ИЗДАНИЯ МЕДИКО-САНИТАРНЫХ БЮРО ГУБЕРНИИ КАК ТИП СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ПРЕССЫ**

Анализируются специализированные продолжающиеся издания медико-санитарных бюро, которые в XIX — начале XX вв. издавались в 9 губерниях Надднепровской Украины. Изучаются «Бюллетени...», «Ведомости...», «Обзоры...», «Сведения...» и «Хроники...» — их функциональные, проблемно-тематические и аудиторные атрибуты. Описаны 33 такие издания. Выяснено, что их возникновению способствовали проведение санитарно-просветительской работы и противоэпидемических мероприятий, а также наличие производительных сил. Освещена роль редакторов и авторов в формировании научно-популярного и научно-просветительского контента. Отдельно проанализирована проблематика этих изданий, выяснена их тематическая отраслевая широта.

**Ключевые слова:** *типология, продолжающееся издание, тема, научная коммуникация, медицина.*

**V. O. Sadivnychi**, Candidate of Sciences in Social Communications, Sumy State University, Sumy

## **PUBLICATIONS OF PROVINCE HEALTH BUREAUS AS A TYPE OF SPECIALIZED MEDICAL PRESS**

Specialized continued editions of Health Bureaus are analyzed, which were published in 9 regions of Dnieper Ukraine in 19<sup>th</sup> — early 20<sup>th</sup> centuries. The author examines the functional, subject and audience attributes of the «Bulletins of ...», «Sheets...», «Reviews...», «Data...» and «Chronicles of ...». The article considers 33 publications of such kind. It has been found that their occurrence facilitated health education and anti-epidemic measures and the availability of productive forces. It highlights the role of editors and authors in the formation of scientific and popular scientific and educational content. The author has analyzed in particular terms of reference of these publications and explored their thematic breadth.

**Key words:** *typology, continued edition, theme, scientific communication, medicine.*

**Актуальність** зумовлена браком досліджень головних типоформуючих ознак спеціалізованих медичних продовжуваних видань, які із середини ХІХ — на початку ХХ ст. друкувалися на території Українських земель, що входили до складу Російської імперії, а також використанням досвіду видавців минулого для вирішення сучасних проблем соціальної комунікації.

**Вивченню** типології газетно-журнальних видань, електронних медіа й журналістики загалом присвячено окремі дисертаційні дослідження, монографічні розвідки, навчальні й навчально-методичні праці, наукові статті. Основні матеріали, в яких порушується чи вирішується означена проблема, можна поділити на кілька груп:

- 1) загальнотеоретичні питання типології журналів (О. Акопов, О. Алексєєв, Є. Ахмадулін, С. Виноградова, О. Воронова, О. Грабельников, М. Дзя-лошинська, О. Западов, М. Кірсанова, Є. Корнілов, Г. Мельник, І. Недо-питанський, Р. Овсєян, М. Пріор-Міллер, М. Рєснєнська, Т. Семєстяга, Т. Смирнова, М. Тимошик, В. Шевченко, М. Шкондін, І. Шостак, С. Штефан, ін.);
- 2) розвідки з історії та сучасного стану друківаних носіїв медичної інформації і медичної наукової комунікації (Н. Артамонова, С. Багдасар'ян, Ю. Вуль, Л. Карташова, В. Коропов, М. Левіт, Ю. Лісцина, О. Мінцер, І. Мілютіна, С. Рудик, А. Уваренко, В. Фролов та ін.);
- 3) праці, в яких згадується ветеринарна газетно-журнальна преса (С. Аранчій, В. Вакулик, С. Джупина, А. Душан, В. Ігнатієнко, І. Михайлин, С. Руда, М. Стегней, Є. Степанович та ін.);
- 4) бібліографічні каталоги та покажчики ретроспективного змісту.

В опрацьованих джерелах висвітлено питання типології газетно-журнальної періодики загалом, окремі згадки стосуються й спеціальних медичних часописів, однак немає даних про «Хроніки...» та «Сведения...». Тому в журналістикознавстві відсутні типологічна схема спеціалізованих медичних видань і їхнє місце в інформаційному просторі України.

**Мета** статті – проаналізувати продовжувані видання медико-санітар-них бюро як спеціалізовану періодику, що в ХІХ – на початку ХХ ст. виходила друком у 9 губерніях Наддніпрянської України. Вивчаються «Бюлетни...», «Ведомости...», «Обзоры...», «Сведения...» та «Хроніки...», їх функціональні, проблемно-тематичні й аудиторні атрибути, що дозволить виявити типологічні особливості як формотворчу ознаку. Хронологічні межі дослідження охоплюють період від появи першого такого часопису в підросійській Україні (1889 р.) до 1917 р., коли їх видання припинилось.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** Усі видання, «залежно від їхнього змісту», ще на початку ХХ ст. книгознавець, укладач однієї з перших спеціалізованих праць «Библиография русской периодической печати 1703–1900 гг. (материалы для истории русской журналистики)» М. М. Лісовський розподілив за такою схемою: «Видання енциклопедичні:

А) Видання політичні, суспільні й літературні – 1) журнали, 2) газети, 3) ілюстровані й художні видання, 4) сатиричні та гумористичні видання, 5) видання для дітей, 6) видання для народу;

Б) Видання офіційні й інформаційні – 1) урядові, 2) громадські (міські, земські та ін.), 3) приватні (листки оголошень та ін.). Видання учені та науково-практичні:

В) Видання вчені та науково-практичні різного змісту (за різноманітними знаннями)...

Г) Видання переважно гуманітарні – 1) богослов'я та філософія, 2) політична економія, комерція і правознавство, 3) історія, філологія і бібліографія, 4) географія, етнографія та статистика, 5) мистецтво, 6) виховання.

Д) Видання переважно з природничих і фізико-математичних знань, з їхніми прикладними – 1) природознавство і фізико-математичні науки, 2) будівельна справа, технологія та ремесла, 3) сільське господарство і лісництво, 4) медицина й ветеринарія, 5) військова і морська справа, 6) спорт» [4, с. Х].

Загалом у журналістикознавстві проблема характеристики періодичних, продовжуваних і серійних видань за різними одиничними

ознаками, які б мали складатися в певну цілісну систему, не є новою. І саме «час, коли починали друкувати бібліографічні огляди й описи періодичних видань» [2, с. 12] О. Кажикін визначає як перший етап у процесі застосування системних уявлень про друковану журналістику й здійснення безпосередньо типологічного аналізу.

Однозначні підходи щодо визначення головних типоформуючих ознак як газетних, так і журнальних видань не існує. Первинними О. Акопов вважає видавничий орган, читацьку групу, завдання і програму видання, вторинними — авторський склад, внутрішню структуру, жанри, оформлення. Ознаки третього рівня — періодичність, обсяг, тираж [1]. На думку С. Виноградової та Г. Мельник, типологічні характеристики друкованого ЗМІ визначаються «комплексом ознак: передусім спрямованістю, змістом і метою видання, читацькою аудиторією, її запитамі та потенційними можливостями, періодичністю, традиціями, суб'єктивними якостями керівника, організацією роботи й навіть станом техніки» [5, с. 159]. Головною типоформуючою ознакою «читацьку аудиторію» [7] називає В. Тулупов. Вивчаючи специфіку преси як типу комунікативної діяльності, М. Шкондін «суттєвими ознаками ЗМІ» називає: особливості аудиторії, тип інформації, цільове призначення [6, с. 162–189].

У документознавстві типоформуючими ознаками визначають видавця, мету, завдання, цільову аудиторію. Саме вони в «різній послідовності свого впливу і створюють тип видання... Тісно між собою пов'язані, але кожна з них може бути первісною під час формування типу» [3, с. 35], — зазначає М. Кірсанова.

Розглянемо систему головних типологічних ознак і визначимо місце в ній аналізованих видань.

Згідно з нашими підрахунками, які базуються на картотеках провідних українських і російських бібліотек, Центрального державного історичного архіву України та зафіксованих даних наукових і бібліографічних джерел, у 9 губерніях підросійської України виходило друком понад 180 спеціалізованих періодичних, серіальних і продовжуваних видань. Об'єкт нашого наукового аналізу є «Бюлетни...», «Ведомости...», «Обзоры...», «Сведения...» та «Хроніки...», яких ми налічуємо 33. За сферою розповсюдження — регіональні та місцеві. Переважна більшість (19) належить до регіональних, тобто вони подавали інформацію про всю губернію і мали таку саму сферу поширення. В Одесі, Миргороді, Севастополі, Сімферополі, Харкові, Херсоні та Ялті виходили друком місцеві видання — усього 14.

Відповідно до схеми М. М. Лісовського, вони належать до офіційних, інформаційних, громадських, видань науково-практичних з питань медицини.

Тематично всі без винятку багатогалузеві – висвітлювали питання клінічної, профілактичної, суспільної, підліткової, теоретичної, практичної та доказової медицини.

За формою і матеріальною конструкцією – журнального типу. За періодичністю виходу: місячники – 25, двотижневики – 4, тижневики – 4. Щотижня видавалися «Бюллетні...» медико-санітарних бюро про поширення епідемічних хвороб.

Виникнення цієї періодики зумовлене кількома чинниками: спалахи інфекційних хвороб у світі та Російській імперії, зокрема пандемії чуми, пік шостої з яких припав на 1892 р.; необхідність санітарно-просвітницької роботи в боротьбі з епідемічними хворобами; посилення науково-медичної комунікації для збереження та передачі даних про хвороби, методи лікування і профілактики; розвиток господарств, поява професійних читачів, які потребували фахової інформації для подальшого промислово-економічного розвитку; наявність продуктивних сил, тобто науковців і практиків, котрі розуміли важливість друкованого слова для розвитку галузі.

Засновниками чи видавцями були губернські та земські управи, губернські земські санітарні управління, санітарні й лікарсько-санітарні бюро відділень народного здоров'я міських управлінь, санітарні відділення земств та міських управ, повітові земства, міські санітарні станції, міські громадські управління.

Підписували до друку ці видання, тобто відігравали роль редакторів, посадові особи губернського, земського, повітового, міського рівнів. Переважна більшість із них – звичайні представники галузі, котрі щодня виконували професійний медичний обов'язок, а ще знаходили час для збору інформації із лікарських дільниць, упорядкування її та редагування текстів. Завдяки таким особистостям і відбулось становлення української журналістики. Серед редакторів були й особи, які здійснили значний внесок у розвиток наукової та практичної медицини.

Один із них – професор Ірінарх Поліхронійович Скворцов (1847–1921) – лікар, епідеміолог, гігієніст, професор Харківського (1885–1906) та Київського (1906–1921) університетів, автор понад 150 наукових праць. Досліджував гістологію, кліматолікування, фізико-хімічні умови життя, гігієну, астрономію в застосуванні до медицини тощо. У 1909 р. номінувався на Нобелівську премію по фі-

зіології та медицині. Із початку заснування (1907) і до 1910 р. редагував «Врачебно-санитарную хронику Киевской губернии». Окрім викладання в університеті, завідував лікарсько-санітарним бюро Київського губернського земського управління.

У редакційній статті першого номера він зазначав, що видання — це «щомісячний звіт про стан земської медицини в Київській губернії» (1907. — № 1. — С. 94). І. П. Скворцов також розробив і програму часопису, яка передбачала публікацію урядових розпоряджень та офіційних відомостей у лікарській і санітарній галузях; розпоряджень і повідомлень Київського губернського земства, комітету, лікарсько-санітарної комісії, губернської управи, лікарських з'їздів і лікарсько-санітарного бюро з організації персоналу та лікувальних закладів; статей і записок щодо земської лікарсько-санітарної справи та санітарного стану Київської губернії, зокрема відповіді лікарів, відряджених для місцевих досліджень у разі значних проявів тієї чи іншої повальної хвороби; відомостей з лікарсько-санітарної справи в інших губерніях.

Учнями в науці й послідовниками І. П. Скворцова стали професори П. М. Лашенков та В. В. Фавр, котрі в різний час редагували «Сведения о врачебно-санитарной организации и эпидемических заболеваниях г. Харь-кова».

За часом виходу — ще одна типоформуюча характеристика — найпершою в медіа-просторі була заснована «Врачебно-санитарная хроника Черниговской губернии» (1889). Однак у 1893 р. видання припинили друкувати і відновили вже в 1916 р. У 1892 р. створена «Врачебная хроника Херсонской губернии», яка видавалася до червня 1915 р. Щоправда, впродовж 1906–1908 рр. була перерва у виході її друком.

Видання складалося з офіційної та практичної частин, інформаційних повідомлень, листів до редакції, відомостей про вшанування лікарів, оголошень, некрологів. Постійними були рубрики «Різноманітні лікарські нотатки» та «Земсько-медична хроніка». В офіційній частині подавалися документи Медичного департаменту та Херсонської губернії з питань медицини. Практична частина — це матеріали науково-популярної тематики: В. Гондзикович — «Епідемія висипного тифу в с. Губівка»; М. Левонтін — «Результати обстеження питних джерел Одеського повіту»; М. Тезяков — «Матеріали про травматичні пошкодження, які трапляються в працівників від роботи із сільськогосподарськими машинами та знаряддями»; С. Равницький — «До питання про забезпечення лікувальних уста-



нов прислугою»; О. Юцевич — «Про сонячний нагрів грязі одеських лиманів»; Г. Назаретов — «Епідемія натуральної віспи в містечку Злинка Єлисаветградського повіту»; П. Волохов — «До терапії коклюшу»; М. Ментов — «Досвід подвірного віспощення» та ін. Окремі матеріали подано з ілюстраціями.

Цільова аудиторія проаналізованої преси не була широкою — зацікавлені особи: лікарі та фельдшери, університетські викладачі, губернські й земські чиновники, члени місцевого самоврядування та ін. Певні матеріали, особливо санітарно-профілактичної тематики, передбачалося для широкого кола читачів.

Головна функція — донесення професійної інформації для задоволення потреб своєї цільової аудиторії. Саме функцією визначається предметно-тематичне спрямування — подавати утилітарну, професійну інформацію, а саме: циркулярні повідомлення Медичного департаменту Міністерства внутрішніх справ, офіційні повідомлення та розпорядження губернської земської управи, журнали та протоколи різних засідань і нарад, звіти про наукові відрядження лікарів, діагностичні дослідження, форми різноманітних звітів, зміни в складі земського медичного персоналу, досвід роботи медично-санітарних служб за кордоном, журнали засідань ветеринарних рад, огляд земської медичної преси, передруки з російської й іноземної періодики, гігієна праці, побут і освіта лікарів та їхніх помічників, відомості про сиріт та покинутих дітей, які виховувалися на кошти земського самоврядування, діяльність Пастерівських станцій, улаштування ясел-притулків, організації лікувальної й санітарної допомоги біженцям, робота шкільних лікарів та ін.

Основа видань — таблиці, в яких подавалися різноманітні відомості: місячні дані про діяльність лікувальних закладів (за розділами: міські лікарні і лікарські дільниці, стаціонарні лікарні, акушерська допомога, кількість операцій, амбуланти); про заразні захворювання («Короткий огляд епідемічних хвороб у губернії»); статистика діяльності лікарсько-санітарного бюро щодо лікарської та санітарної частин; витрати на ліки, перев'язувальні засоби, інструменти, віспяний детрит і лікувальні сироватки.

У таблицях «Врачебно-санитарной хроники г. Симферополя» подавалися: «Звіт міської санітарної лабораторії за [вказувався період]», «Звіт про діяльність міської санітарної організації за...», «Інфекційна захворюваність по м. Сімферопіль за реєстраційними картками, що надійшли до санітарного бюро за ...», «Діяльність лікарень», «Діяльність амбулаторій», «Діяльність пологових притулків»,

«Звіт про діяльність міської безоплатної амбулаторії імені лікаря Аренда», «Рух хворих у міській заразній лікарні за...», «Народилися в місті за ...», «Відомості про померлих у місті за...», «Відомості про діяльність міської ветеринарної амбулаторії за...» та ін. Так, міською санітарною лабораторією в січні 1913 р. проведено 140 санітарних аналізів. Досліджувалися: коров'ячі молоко, масло, вода водогінна, сир голландський та ін.

Серед постійних звітів «Сведений о врачебно-санитарной организации и эпидемических заболеваниях г. Одессы» — діяльність бактеріологічного інституту за попередні роки та щомісячна робота міської дезінфекційної камери, а також міських лікарів для бідних, земського ветеринарного лікаря, по відділеннях Одеської міської лікарні та ін.

На сторінках «Врачебносанитарной хроники Екатеринославской губернии» значна увага приділялася забезпеченню умов праці та життя: «До питання про житло робочих на рудниках Донецького басейну» — І. Лященко, «До питання про санітарні умови помешкань гірників Донецького району» — В. Станіславський, «До питання про житлові умови гірників Донецького р-ну» — Вартмінський, «Житло робочих Каменського та Орловського рудників Олексіївського гірничопромислового товариства» — Л. Лапшин.

У «Сведениях о деятельности городской врачебносанитарной организации по г. Херсону» до відома громадян доводили результати різноманітних лабораторних обстежень. Зокрема, в січні 1904 р. виявлено і вилучено з продажу 8 фунтів зіпсованих сала, 6 пудів солонини, 19 фунтів ковбаси. Із обстежених упродовж 1904 р. на базарах і в магазинах пряників, халви, цукерок, тістечок, дитячих цукрових іграшок, великодніх прикрас виявлено 40,3 % недоброякісних. Кам'яновугільних домішок найбільше виявлено у фарбі для яєць — 100 %, далі — великодні прикраси — 59 %, цукерки — 23,9 %, пряники — 22,7 % з перевірених.

Через «Врачебносанитарный обзор Полтавского губернского земства» санітарне бюро доводило «до відома товаришів, що статті з медикосанітарних питань українською мовою завжди знайдуть широку гостину на сторінках Полтавського лікарсько-санітарного огляду» (1917. — № 1–5).

Серед надрукованого у «Врачебно-санитарной хронике Подольской губернии» — опис лікарні в м. Браїлів, побудованої з ініціативи родини Раллі. Розміщувався заклад у трьох окремих корпусках. У першому — інфекційне та терапевтичне відділення, в друго-

му — хірургічне та пологове, у третьому — шпиталь для поранених вояків, утримуваних на кошти Всеросійського Земського Союзу. При лікарні побудовані квартири для двох лікарів та шести фельдшерів. Вона мала свою пральню, конюшню на вісім стійл, каретний і дров'яний сараї, яму для зберігання льоду та морг. Забезпечувалася електроенергією й водопостачанням, опалювалася голландськими печами (1914. — № 5).

Авторський склад цих видань — земські лікарі, переважно санітарні, які подавали статистичні й узагальнені відомості, ділилися досвідом, описували нові методи лікування тощо. Були серед авторів і особистості, котрих прийнято називати знаковими: доктори наук, професори, голови різноманітних установ, політичні діячі. Із-поміж них: В. Удовенко, О. Корчак-Чепурківський, М. Уваров, М. Тезяков, М. Хворостинський та ін.

На основі аналізу тематичного змісту спеціалізованих медичних продовжуваних видань та базуючись на теоретичних визначеннях понять, можна дійти **висновку**, що публікації на їхніх сторінках дозволяли фахівцям галузі приймати рішення, підвищувати професійний рівень. Тому саме предметно-тематичне спрямування є одним з базових типоформуючих критеріїв «Хроник...» та «Сведений...» як спеціалізованих професійних видань.

Подальші дослідження пов'язані зі зверненням до головних типоформуючих ознак спеціалізованої преси.

### Список використаних джерел

1. Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий: на примере специализированных журналов / А. И. Акопов, отв. ред. М. Т. Мезенцев. — Иркутск : ЦК ВЛКСМ Молодая гвардия, 1985. — 96 с.
2. Кажикин А. А. Из истории становления типологического подхода в изучении отечественных периодических изданий / А. А. Кажикин // Акценты: новое в массовой коммуникации. Альманах. — Воронеж, 2003. — Выпуск 7–8 (42–43). — С. 12–15.
3. Кирсанова М. В. Современное делопроизводство : учеб. пособ. / М. В. Кирсанова. — [3-е изд.]. — М. : ИНФРА-М ; Новосибирск : Сибирское соглашение, 2003. — 304 с. (Серия «Высшее образование»).
4. Лисовский Н. М. Предисловие / Н. М. Лисовский // Библиография русской периодической печати 1703–1913 гг. : матер. для истории русской журналистики / сост. и изд. Н. М. Лисовский. — Петроград : Типография Акц. Общ. Тип. Дела, 1915. — 1067 с.
5. Мельник Г. С. Деловая журналистика : учебн. пособ. / Г. С. Мельник, С. М. Виноградова. — СПб. : Питер, 2010. — 304 с. : ил.

6. Шкондин М. В. Системные характеристики периодики / М. В. Шкондин // Средства массовой информации России : учеб. пособ. для студ. вузов / М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова, Е. Л. Вартанова и др. ; под ред. Я. Н. Засурского. — М. : Аспект Пресс, 2011. — С. 162–189.
7. Тулупов В. В. Теоретический и практический аспекты типологии печатных периодических изданий [Электронный ресурс] / В. Тулупов // Relga : электронный научнокультурологический журнал. — №8 [153]. — 05.06.2007 // Режим доступа : <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects>. — Загл. с экрана.

### References

1. Akopov A. I. Metodika tipologicheskogo issledovaniya periodicheskikh izdaniy: na primere spetsializirovannykh zhurnalov / A. I. Akopov, otv. red. M. T. Mezentsev. — Irkutsk : TsK VLKSM Molodaya gvardiya, 1985. — 96 s.
2. Kazhikin A. A. Iz istorii stanovleniya tipologicheskogo podkhoda v izuchenii otechestvennykh periodicheskikh izdaniy / A. A. Kazhikin // Aktsenty: novoye v massovoy kommunikatsii. Almanakh. — Voronezh, 2003. — Vypusk 7–8 (42–43). — S. 12–15.
3. Kirsanova M. V. Sovremennoye deloproizvodstvo : uchebn. posob. / M. V. Kirsanova. — [3-e izd.]. — M. : INFRA-M; Novosibirsk : Sibirskoye soglasheniye, 2003. — 304 s. (Seriya «Vyssheye obrazovaniye»).
4. Lisovskiy N. M. Predisloviye / N. M. Lisovskiy // Bibliografiya russkoy periodicheskoy pechati 1703–1913 gg. : materialy dlya istorii russkoy zhurnalistiki / sost. i izd. N. M. Lisovskiy. — Petrograd : Tipografiya Akts. Obshch. Tip. Dela, 1915. — 1067 s.
5. Melnik G. S. Delovaya zhurnalistika: uchebn. posob. / G. S Melnik, S. M. Vinogradova. — SPb. : Piter, 2010. — 304 s. : il.
6. Shkondin M. V. Sistemnyye kharakteristiki periodiki // Sredstva massovoy informatsii Rossii : ucheb. posob. dlya studentov vuzov / M. I. Alekseyeva, L. D. Bolotova, E. L. Vartanova i dr. ; pod red. Ya. N. Zasurskogo. — M. : Aspekt Press, 2011. — S. 162–189 s.
7. Tulupov V. V. Teoreticheskii i prakticheskii aspekty tipologii pechatnykh periodicheskikh izdaniy [Elektronnyy resurs] / V. Tulupov // Relga : elektronnyy nauchno-kulturologicheskii zhurnal. — №8 [153]. — 05.06.2007 // Rezhim dostupu : <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects>. — Zagl. s ekrana.

UDK [007:304:070]

**PUBLICATIONS OF PROVINCE HEALTH BUREAUS AS A TYPE OF SPECIALIZED MEDICAL PRESS**

**Sadivnychi V. O.**, Candidate of Sciences in Social Communications, Sumy State University, Sumy, vol\_sad@ukr.net

**The aim** of the research is to analyze specialized continued editions of Health Bureaus, which were published in 9 regions of Dnieper Ukraine in 19<sup>th</sup> — early 20<sup>th</sup> centuries. The author examines the functional, subject and audience attributes of the «Bulletins of ...», «Sheets...», «Reviews...», «Data...» and «Chronicles of ...», that has enabled to reveal their typological characteristics.

**Research Methodology** of the study is based on the systematic approach of social communications. The most important rules of the research are the principles of historicism, consistency, comprehensiveness, ideology. The author has applied such methods as logical, biographical, chronological, content analysis, contrastive analysis and the method of archival research.

**Results.** The article considers 33 publications of the period under investigation which covered the whole territory of Dnieper Ukraine. The founders or publishers ran provincial and rural medical bureaus, branches of the national health of city departments. Thematically, all the editions are diversified and they cover the issues of clinical prevention, social, theoretical, practical and evidence-based medicine.

**Scientific novelty.** The author tries to make holistic approach to the research, analyzing and evaluating the information; the article suggests the typology analysis, functional characteristics for the determination of the content of the analyzed editions.

**Practical significance.** The obtained results will contribute to the development of Ukrainian journalism. The study of medical periodicals can be used in the scientific and specialized periodicals in the current context.

**Key words:** *typology, continued edition, theme, scientific communication, medicine.*

Надійшла до редколегії 30.03.2015 р.

УДК 007:304:001

**І. В. Битюк**, аспірант, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

### **МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ МОРАЛЬНОЇ ПАНИКИ В ПЕРІОД СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ КРИЗИ (НА ПРИКЛАДІ ВОЄННОГО КОНФЛІКТУ НА СХОДІ УКРАЇНИ)**

Проаналізовано стан джерел і ступінь наукового опрацювання явища паніки та феномену моральної паніки зокрема. Простежено історію розвитку концепції «моральна паніка» в системі соціальних комунікацій, яку розглянули як маніпулятивну технологію в українському соціально-комунікативному дискурсі. Здійснено огляд типових механізмів створення моральної паніки й описано механізм її формування в період військового конфлікту на Донбасі журналістами новинного всеукраїнського порталу «Comments.ua» протягом квітня-вересня 2014 р. Виявлено, що завдяки цій маніпулятивній технології створювалися перебільшені за змістом повідомлення, за допомогою яких відбувалося руйнування загальноприйнятих моральних норм та цінностей (мир, життя, здоров'я, майбутнє, Батьківщина, спокій, житло, щастя та ін.).

**Ключові слова:** вплив, моральна паніка, паніка, цінності, ЗМК, маніпулятивні технології, інформація.

**І. В. Битюк**, аспірант, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев

### **МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ МОРАЛЬНОЙ ПАНИКИ В ПЕРИОД ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА (НА ПРИМЕРЕ ВОЕННОГО КОНФЛИКТА НА ВОСТОКЕ УКРАИНЫ)**

Проанализирована степень научного изучения явления паники и феномена моральной паники в частности. Прослежена история развития концепции «моральная паника» в системе социальных коммуникаций, которую рассмотрено как манипулятивную технологию в украинском социально-коммуникативном дискурсе. Осуществлен обзор типичных механизмов создания моральной паники и описан механизм ее формирования в период военного конфликта на Донбассе журналистами новостного всеукраинского портала «Comments.ua» в течение апреля-сентября 2014 г. Выявлено, что благодаря этой манипулятивной технологии создавались сообщения, преувеличенные по содержанию, с помощью которых происходило разрушение общепринятых моральных норм и ценностей (мир, жизнь, здоровье, будущее, Родина, покой, жилье, счастье и пр.).

**Ключевые слова:** влияние, моральная паника, паника, ценности, СМК, манипулятивные технологии, информация.

I. V. Bytiuk, postgraduate student, Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv

## **MECHANISM OF FORMATION OF MORAL PANIC IN THE PERIOD OF SOCIAL AND POLITICAL CRISIS: CASE STUDY MILITARY CONFLICT IN THE EAST OF UKRAINE**

The content of scientific studies concerning the phenomena of panic and moral panic in particular was analyzed. The history of the development of the concept «Moral panic» in the system of social communications was investigated. It was evaluated as a manipulative technology in the Ukrainian social and communicative discourse. A survey of typical mechanisms of the creation of moral panic was carried out as well as the mechanism of its formation during the military conflict in the Donbas was described from April till September 2014 by the journalists in the all-Ukrainian news portal — «Comments.ua». It was revealed that due to this manipulative technology, messages were created, whose exaggerated contents facilitated the destruction of generally accepted moral norms and values (peace, life, health, future, motherland, calm, housing, happiness etc).

**Key words:** *influence, moral panic, panic, values, mass media, manipulative technologies, information.*

Сучасні мас-медіа сприймаються реципієнтами як потужний інструмент впливу на політичне та суспільне життя, громадсько-політичну ситуацію в державі, а відтак — розглядаються науковцями як спосіб маніпулювання масовою свідомістю. ЗМК акумулюють досвід мільйонів та впливають не тільки на свідомість, а й на вчинки, групові дії людей. Вони не просто інформують, а й пропагують певні ідеї, погляди і таким чином беруть участь у соціальному управлінні.

Мета функціонування будь-якого мас-медіа — вплив на аудиторію: поповнення знань, зміна поведінки, підтвердження або зміна думок тощо. Важливе місце посідає вплив на емоції адресата. Адже схильність до сприйняття інформації є глибинною якістю психіки, що виникла раніше здатності аналітично мислити. Емоції викликають процеси формування суб'єктивних образів об'єктивного світу. Одним з емоційних станів є паніка, її різновидом — моральна паніка, яка є технологією впливу в системі соціальних комунікацій.

**Мета** статті — визначити механізм масово-комунікаційного впливу ЗМІ, на основі якого в українському суспільстві формується моральна паніка в період суспільно-політичної кризи в Україні — військового конфлікту на сході держави (протягом квітня-вересня 2014 р.).

Явище паніки вивчали такі вчені, як Г. Андреева, Д. Ольшанський, А. Назаретян, Г. Лебон, Б. Джонсон, Д. Майерс та ін. У дослідженнях вони виокремили основні характеристики цього феномену, особливості його виникнення та можливі механізми роботи з ним.

Огляд літератури дозволив дійти висновку, що в українській науковій та популярній психологічній літературі феномену «паніки»

приділяється недостатньо уваги, окрім нечисленних фрагментарних згадок у соціальній та військовій психології.

Так, у соціальній психології під панікою розуміють психічний стан людини, спричинений реальною або уявною небезпекою, який охоплює людину або масу людей, викликає неконтрольоване прагнення уникнути небезпечної ситуації.

Відповідно до військової психології, паніка — складний, проміжний емоційно-поведінковий феномен, який виникає внаслідок браку про певну незрозумілу чи заплутану ситуацію або надмірну кількість інформації.

Психолог Г. Андреева під панікою розуміє певний емоційний стан, який є наслідком або дефіциту інформації про жахливу чи незрозумілу новину, або її надлишку [1, с. 127].

А. Назаретян визначає паніку як стан жаху, який супроводжується раптовим послабленням вольового самоконтролю [7, с. 75].

Слід зазначити, що недостатню кількість досліджень паніки можна пояснити тим, що вона належить до таких явищ, вивчати які надзвичайно складно. По-перше, її не можна безпосередньо спостерігати, тому що заздалегідь терміни її виникнення ніколи не відомі, по-друге, в ситуації паніки вельми складно залишитися спостерігачем: будь-яка людина, котра опинилася «всередині» системи паніки, тією чи іншою мірою зазнає її впливу.

Серед різновидів паніки виокремлюють моральну. Поняття «моральна паніка» до наукового обігу увів англійський соціолог С. Коен на початку 1970-х рр. у контексті дослідження молодіжних субкультур, яке активно використовують для позначення всіх видів антигромадської або кримінальної поведінки.

Хоча концепція моральної паніки розвивається в західній соціології майже 50 років, вона й нині має серед науковців доволі неоднозначне трактування та різні підходи до аналізу.

На думку С. Коена, моральна паніка пояснюється так: «Здається, що суспільство час від часу потрапляє в періоди моральної паніки. Виникають певні обставини, епізод, особа або група осіб, котрих починають ідентифікувати як загрозу суспільним цінностям та інтересам; мас-медіа подають їх стилізовано і стереотипно; редактори, єпископи, політики та інші люди здорового глузду виходять на моральні барикади; експерти виголошують свої діагнози та результати; розробляються або (радше) застосовуються (вже відомі) способи зарадити (цій загрозі); відтак, обставини зникають узагалі чи з поля зору або ж гіршають і стають помітнішими. Інколи предметом паніки



стає щось зовсім нове або щось таке, що існувало вже давно, але раптом опинилося в центрі уваги. У деяких випадках паніка минає і забувається, залишаючись тільки у фольклорі та колективній пам'яті; в інших вона має суттєві й тривалі наслідки та може спричинити зміни, скажимо, в правовій і соціальній політиці або навіть у суспільній самосвідомості» [8, с. 37].

Таке розуміння С. Коена вчені критикували за недостатню теоретичну обґрунтованість, спрощене розуміння складних процесів медіа-репрезентацій та їх суспільного сприйняття.

На думку англійських дослідників Е. Гуд та Н. Бен Єгуда, моральна паніка є «механізмом для закріплення моральних норм суспільства — лінії між моральним і неморальним, долаючи які людина переходить із царства добра в царство зла», і наголошували, що «саме мас-медіа встановлюють моральні межі і саме завдяки їм формується та розвивається моральна паніка» [9, с. 52].

Російський науковець П. Мейлахса стверджує, що моральна паніка — це «моральна або правова невизначеність, проблемність у сфері життя суспільства, коли традиційні мораль і право опиняються в колі протидії з реальністю». Він визначає моральну паніку як «надмірну реакцію засобів масової інформації, поліції, лідерів місцевих громад на дії певних соціальних груп, які є достатньо тривіальними як з точки зору її характеру, так і з точки зору кількості долучених осіб» [5].

Досліджуючи моральну паніку в контексті конструювання соціальної реальності, О. Бурего визначає її як «соціальний конструкт, за яким окремі суб'єкти політики та ретранслятори їх думки — ЗМІ — здатні формувати різні суспільні фобії та побоювання» [3].

В етиці під моральною панікою розуміють «особливий стан масової свідомості, який гостро емоційно реагує на соціальну напругу, під час якої відбувається загроза соціальним та культурним цінностям» [4, с. 243].

Проблеми моральної паніки наприкінці 70-х рр. ХХ ст. розглядали британські соціокультурологи із Бірмінгемського центру культурних досліджень на чолі зі С. Холлом. У результаті їхніх досліджень виявилось, що деяка інформація в мас-медійних текстах автоматично змушує нервувати читачів та глядачів [10, с. 174].

Осмилюючи наведені дефініції, під «моральною панікою» розумітимемо перебільшену реакцію ЗМК на девіантну поведінку певної особи чи групи осіб або нестандартні явища, які порушують установлені суспільством моральні норми та руйнують загальнолюдські цінності.

Дійсно, нині моральна паніка перебуває в центрі уваги передусім соціологів та психологів, котрі досліджують складові цього явища, механізми його конструювання, психологічні детермінанти тощо. Проте в умовах інформаційного суспільства цілком очевидно є актуальність дослідження моральної паніки в комунікаційному аспекті. Адже серед основних детермінантів цього явища — ЗМК як найпотужніші ретранслятори думок щодо того чи іншого соціального явища, а отже, вони здатні зумовлювати панічні настрої серед населення.

На думку Г. Блумера, вплив мас-медіа особливо помітний у кризовий період історичного розвитку суспільства, коли люди в стані соціальної невизначеності особливо зазнають впливу, легко реагують на різні нові стимули, ідеї, а також більше піддаються пропаганді й різним маніпулюванням [2, с. 144].

Найпомітніший вплив мас на розвиток держави спостерігається в період соціальних потрясінь, коли суспільство деструктується (війна, революція, політичні перевороти чи значні соціальні реформи). Саме це й створює всі необхідні умови для маніпуляції масовою свідомістю і формування моральної паніки.

Розглянемо, як інтернет-видання «Коментарі» (Comments.ua) формувало «моральну паніку» під час висвітлення військового конфлікту на сході України (квітень-вересень 2014 р.).

Слід наголосити, що коли існує загроза соціально значущим явищем суспільного життя (цінностям), то в масовій свідомості починає виникати моральна паніка.

С. Коен описав типовий механізм формування моральної паніки в медіа через: популяризацію проблеми; надання публічності; створення ефекту «інфекції», який сприяє поширенню чуток; сприяння програванню «девіантів».

Серед загальних механізмів породження паніки український психолог В. Молярко виокремлює такі: наявність «шокуючого стимулу»; брак інформації про подію (особливо достовірної) і водночас надлишок неперевіреної інформації з неофіційних джерел; створення образу небезпеки, який накладається на загальний стан психологічної неготовності до адекватного сприйняття того, що сталося; активізація захисної системи організму на різних рівнях усвідомлення й інтенсивної реакції [6, с. 69].

У процесі дослідження проаналізовано стрічку новин загальнонаціонального порталу «Comments.ua» (<http://comments.ua/news/>) за період з квітня 2014 (самопроголошення «ДНР», «ЛРН») по вересень 2014 р. (початок перемир'я, про яке домовилися в Мінську

представники України, Росії, ОБСЄ та «ДНР», «ЛНР» ). За цей час зафіксовано теми, які розглядали журналісти, їх тривалість (частота й періодичність), наповнюваність, а також ключових спікерів.

Згідно з результатами власного моніторингу, визначено механізм формування моральної паніки в час соціально-політичної кризи — військового конфлікту на сході України. Серед основних його складових: наявність шокуючого стимулу; гіперактивне подання інформації на задану тему (частота) в ЗМК; активне долучення державних структур до обговорення (максимальна наявність коментарів, заяв, виступів ключових посадових осіб та експертів); формування значного обсягу інформації на відповідну тематику; навішування ярликів на відповідні соціальні групи або окремих осіб; застосування технології напівправди; широке обговорення проблеми на міжнародній арені; утримування позицій ситуації невизначеності, гіперболізація проблеми; нагнітання емоційного напруження або його спад.

Відтак, формування моральної паніки під час суспільно-політичної кризи в державі відбувається так (Рис. 1):



Рис. 1. Механізм формування моральної паніки в період суспільно-політичної кризи

*Шокуючим стимулом* стали квітневі події на сході держави: захоплення будівель СБУ в Луганську та облдержадміністрації в Донецьку (06.04.2014) та оголошення проведення антитерористичної операції (АТО) в Києві. Як наслідок — розгортання військових дій (поява військової техніки та військовослужбовців) у Донецькій та Луганській областях.

Події АТО сприяли *гіперактивному поданню інформації*. Протягом шести місяців зафіксовано 1087 новин, які стосувалися висвітлення антитерористичної операції. При цьому, зазвичай, щоденна наповнюваність контенту становила від 7 до 31 новини.

*Активними спікерами подій на сході України були перші особи держави* (Президент України, Прем'єр-міністр України, голова

Верховної Ради України, Міністр оборони України, Міністр внутрішніх справ, голова Ради національної безпеки та оборони, спікер РНБО, Штаб АТО, командири батальйонів, голова Генерального штабу України, волонтери). Вони щоденно коментували ситуації, ініціювали виступи, звернення та заяви.

У новинних матеріалах журналістів порталу «Коментарі» формувалася **значна кількість інформації** щодо висвітлення військового конфлікту. У середньому 56% інформаційного контенту видання на день присвячувалося цій тематиці. Причому деякі частини з них спрямовані на формування панічних настроїв у суспільстві (Табл. 1):

Таблиця 1

**Цінності, загроза яким спостерігається в матеріалах новинного порталу «Comments.ua» протягом квітня-вересня 2014 р.**

Назва матеріалу мас-медіа	Загроза загальнолюдським цінностям	Дата опублікування
Москве достатньо трьох днів для вторгнення в Україну	Життя, Батьківщина, майбутнє, мир, здоров'я, щастя, житло	02.04.2014
Нардеп пропонує ввести ЧП на сході України	Спокій, майбутнє, щастя	07.04.2014
Турчинов заявив про початок масштабної антитерористическої операції	Мир, майбутнє, життя, щастя, житло	13.04.2014
Події на Донбасі — підготовка до повномасштабної війни з Росією	Мир, життя, майбутнє, батьківщина, здоров'я, щастя, житло	14.04.2014
Луганські сепаратисти чекають підтримки з Донецька і готові лити кров	Мир, життя, здоров'я	17.04.2014
Донецькі сепаратисти закликають брати нових в'язнів	Життя, спокій, щастя, здоров'я	08.05.2014
«Народний мэр» Славянська пообіцяв знищити українських військових	Життя, здоров'я, мир	10.05.2014
Сепаратисти обіцяють після «референдуму» ввести в Україну війська РФ	Мир, майбутнє, Батьківщина, щастя, житло	11.05.2014
Терористи вбили в Краматорську співробітників аеродрому і намагалися вбити жінку	Життя, здоров'я, щастя	12.05.2014
У Славянську сепаратисти вбили дітей	Життя, здоров'я, щастя, спокій, діти	22.05.2014
На Донбасі готують закинути 80 диверсантів	Мир, майбутнє, життя, здоров'я	12.06.2014
«ЛНРовці» завезли в Луганськ установки «Град» і пехотні міномети	Мир, майбутнє, життя, здоров'я, щастя, житло	07.07.2014
В Луганську відбувся артилерійський обстріл: виникли пожежі, люди притуляються в підвалах	Мир, майбутнє, життя, здоров'я, щастя, житло	07.07.2014
За останні дні загинули 23 учасники АТО, — штаб АТО	Життя, мир, майбутнє, спокій	11.07.2014

В украинскую армию могут мобилизовать еще 60 тыс. человек	Життя, майбутнє, щастя, сім'я	22.07.2014
По Донецку ночью был нанесен авиаудар, — горсовет	Мир, майбутнє, життя, здоров'я, щастя, житло	06.08.2014
В Донецке сотни домов остались без газа и света	Життя, здоров'я, щастя, житло, майбутнє	25.08.2014
Жители Донбасса остаются без воды, — горсовет	Життя, здоров'я, щастя, житло, майбутнє	26.08.2014
В Донбассе пытаются мирных жителей, — правозащитники	Життя, здоров'я, спокій, щастя, майбутнє	02.09.2014

Журналисти інтернет-видання використовували техніку **«навішування ярликів»**: українська влада ігнорує умови для примирення, запропоновані сепаратистами; порушення Мінських угод зі сторони українських військових; співпраця України з НАТО. З червня 2014 р. — використання замість слів «терорист» та «сепаратист» висловлювання «незаконні озброєні формування», а з липня 2014 р. — відсутність згадування в матеріалах про присутність російських військ на території України, замість них — «ополченці».

Тема військового конфлікту набула значного поширення **на міжнародній арені**. Починаючи з березня, світові ЗМІ активно зверталися до цього питання. До коментування ситуації на Донбасі долучалися політики світового рівня — від керівників держав до депутатів іноземних парламентів. Окрім того, іноземні громадяни неодноразово влаштовували акції-підтримки та флешмоби на знак солідарності з Україною.

Так, висвітлення воєнних дій на Донбасі протягом квітня-вересня 2014 р. системно **гіперболізувалося**. За цей час зафіксовано 1087 новин, які стосувалися військового конфлікту та життя захопленої терористами території України. Причому протягом квітня-червня кількість новин на цю тематику на порталі «Comments.ua» у відсотковому еквіваленті стосовно інших новин сягала 84–89%, а впродовж липня-вересня — 17–23%.

Журналисти **нагнітали емоційне напруження** серед мешканців усієї України. Зокрема моральна паніка формувалася навколо теми мобілізації, введення надзвичайного стану в державі, запровадження воєнного стану, від'їзду частини Донбасу від України, знищення України як суверенної держави зі сторони Росії, численних терактів, викрадення людей (полон, заручники) тощо.

Під час досліджуваного періоду журналісти всеукраїнського порталу «Comments.ua» нерідко висвітлювали питання військового конфлікту на Донбасі з позицій перебільшення реального стану речей з метою привернення уваги читачів до т. зв. сенсаційності.

Представники мас-медіа неодноразово поверталися до висвітлення ключових подій українсько-російської війни на Донбасі. Наприклад, темі захоплення Слов'янська присвячено 52 публікації. Згідно з нашими спостереженнями, найактивнішим за кількістю подання новин були квітень, травень, червень.

Таким чином, відповідно до проведеного аналізу, можна підсумувати:

За своєю суттю мас-медіа системно проникають у життя суспільства. Найвідчутніше воно в кризові періоди історичного розвитку суспільства, коли люди в стані соціальної невизначеності зазнають впливу, реагують на нові стимули та піддаються різним маніпулюванням. Водночас ЗМК за допомогою впливу здатні викликати в соціумі моральну паніку, передумовами для виникнення якої є перебільшена реакція мас-медіа на девіантну поведінку чи нестандартні явища, які порушують моральні норми та руйнують загальнолюдські цінності.

Журналісти порталу «Коментарі» формували моральну паніку навколо теми військового конфлікту на сході України. Технологія впливу медіа застосовується до таких тем, як мобілізація, введення надзвичайного або воєнного стану, знищення України як суверенної держави, а також терактів та викрадення людей (полон, заручники). Для цього в мас-медіа використовувалися шокуючий стимул, гіперактивне подання в ЗМК, долучення держави, значний обсяг інформації, навішування ярликів, вихід на міжнародну арену, гіперболізація проблеми, нагнітання емоційного напруження. Завдяки цим технологіям створювалися перебільшені за змістом повідомлення, за допомогою яких відбувалося руйнування загальноприйнятих моральних норм та цінностей (мир, життя, здоров'я, майбутнє, Батьківщина, спокій, житло, щастя та ін.).

Технологічність формування моральної паніки підтверджується тим, що представники новинного порталу «Comments.ua» щоденно інформували читачів (1087 новини протягом квітня-вересня 2014 р.) з інтенсивністю викладу матеріалів до 31 новини на день, що свідчить про перебільшену реакцію ЗМК на події суспільної девіації. Зокрема йдеться про формування фобій майбутнього життя України та масштабне подання деталей військового конфлікту на Донбасі.

### **Список використаних джерел**

1. Андреева Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. — М., 2009. — 228 с.
2. Блумер Г. Коллективное поведение : пер. с англ. / Г. Блумер // Американская социологическая мысль. — М., 1994. — 278 с.

3. Бурего О. Моральна паніка в контексті конструювання соціальної реальності [Електронний ресурс] / О. Бурего. — Режим доступу : [http://otherreferats.allbest.ru/psychology/00080106\\_0.html](http://otherreferats.allbest.ru/psychology/00080106_0.html). — Назва з екрана.
4. Малахов В. О. Етика / В. О. Малахов. — Київ, 1996. — 304 с.
5. Мейлахс П. А. Четвертая мировая война или очередная моральная паника: Русский народный сервер против наркотиков [Электронный ресурс] / П. А. Мейлахс. — Режим доступа : <http://www.narcom.ru/ideas/common/36.html>. — Загл. с экрана.
6. Молярко В. А. Особенности проявления паники в условиях экологического бедствия / В. А. Молярко // Психологический журнал. — 1992. — Т. 13. — № 12. — С. 66–73.
7. Назаретян А. П. Психология стихийного массового поведения: толпа, слухи, политические и рекламные кампании : учеб. пособ. для вузов / А. П. Назаретян. — 2-е изд. перераб. — М. : Академия, 2005. — 160 с.
8. Cohen S. Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers / S. Cohen. — London ; New York : Routledge, 1972. — 201 p.
9. Goode E. Moral panic: The social Construction of Deviance / E. Goode, N. Ben-Yehuda. — Oxford, Blackwell. — 1994. — 302 p.
10. Hall S. Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order / S. Hall, C. Critcher, T. Jefferson, J. Clarke, B. Roberts. — London, Basingstoke : Macmillan, 1978. — 476 p.

### References

1. Andreyeva G. M. Sotsialnaya psikhologiya / G. M. Andreyeva. — М., 2009. — 228 с.
2. Blumer G. Kollektivnoye povedeniye : per. s angl. / G. Blumer // Amerikanskaya sotsiologicheskaya mysl. — М., 1994. — 278 с.
3. Bureho O. Moralna panika v konteksti konstruiuvannya sotsialnoi realnosti [Elektronnyi resurs] / O. Bureho. — Rezhym dostupu : [http://otherreferats.allbest.ru/psychology/00080106\\_0.html](http://otherreferats.allbest.ru/psychology/00080106_0.html). — Nazva z ekrana.
4. Malakhov V. O. Etyka / V. O. Malakhov. — К., 1996. — 304 с.
5. Meylaxhs P. A. Chetvertaya mirovaya voyna ili ocherednaya moralnaya panika: Russkiy narodnyy server protiv narkotikov [Elektronnyy resurs] / P. A. Meylaxhs. — Rezhim dostupa : <http://www.narcom.ru/ideas/common/36.html>. — Zagl. s ekrana.
6. Molyarko V. A. Osobennosti proyavleniya paniki v usloviyakh ekologicheskogo bedstviya / V. A. Molyarko // Psikhologicheskii zhurnal. — 1992. — Т. 13. — № 12. — С. 66–73.
7. Nazaretyan A. P. Psikhologiya stikhiynogo massovogo povedeniya: tolpa, slukhi, politicheskije i reklamnyye kampanii : ucheb. posob. dlya vuzov / A. P. Nazaretyan. — 2-е изд. перераб. — М. : Akademiya, 2005. — 160 с.
8. Cohen S. Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers / S. Cohen. — London ; New York : Routledge, 1972. — 201 p.
9. Goode E. Moral panic: The social Construction of Deviance / E. Goode, N. Ben-Yehuda. — Oxford., Blackwell. — 1994. — 302 r.
10. Hall S. Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order / S. Hall, C. Critcher, T. Jefferson, J. Clarke, B. Roberts. — London, Basingstoke : Macmillan, 1978. — 476 p.

UDC [007:304:001]

## **MECHANISM OF FORMATION OF MORAL PANIC IN THE PERIOD OF SOCIAL AND POLITICAL CRISIS: CASE STUDY MILITARY CONFLICT IN THE EAST OF UKRAINE**

**Bytiuk I. V.**, postgraduate student, Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv, inna.bytiuk.cei@gmail.com

**The aim** of this paper is to define the mechanism of mass communicative influence of *mass media*, based on which the moral panic of the Ukrainian society was formed during the period of the social and political crisis in Ukraine — military conflict in the eastern part of the country (April — September 2014).

**Research methodology.** Methodological basis of this research are scientific principles of objectivity and scientific character, laws of logic and dialectics. Their basics are a method of theoretical analysis and generalization of scientific literature, supervision, comparison, inductions, analysis and synthesis, historical as well as systematic methods. The method of content monitoring made it possible to carry out a content analysis of informative streams.

**Results.** It has been found that journalists of the portal — “Comments.ua” succeeded in forming moral panic around the theme of the military conflict in the east of Ukraine. The technology of influence was used in the themes concerning mobilization, martial law, elimination of Ukraine as a nation-state as well as acts of terrorism and kidnapping (captivity, hostages). For this purpose a shocking hyperactive stimulus was applied.

**Novelty.** An attempt has been made in this paper to examine how it was carried out as well as in establishing the mechanism of its formation during the military conflict in the Donbas described by the journalists in the all-Ukrainian news portal — “Comments.ua” from April till September 2014. It was revealed that due to this manipulative technology, messages were created, whose exaggerated contents facilitated the destruction of generally accepted moral norms and values (peace, life, health, future, motherland, calm, housing, happiness etc).

**Practical significance.** Ukrainian and foreign journalists may find the information contained in this article useful for developing of a new strategy of manipulative technologies, without the use of mechanisms of the formation of moral panic in the period of social and political crisis.

**Key words:** *influence, moral panic, panic, values, mass media, manipulative technologies, information.*

Надійшла до редколегії 16.03.2015 р.



**Розділ четвертий**  
**Прикладні соціокомунікаційні технології**

**Part Four**  
**Applied Social and Communication**  
**Technologies**

UDC 314.112(100)

**В. М. Шейко**, доктор історичних наук, професор, Харківська державна академія культури, м. Харків

## **МЕТОДИ ДИСКУРС-АНАЛІЗУ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ**

Визначаються провідні трансформаційні тенденції демографічних процесів у світовому співтоваристві. Основна увага приділяється даним дискурс-аналізу наратології сучасних тенденцій міжнародної міграції та методам її регулювання на міжнародному рівні в умовах цивілізаційної глобалізації. При цьому акцентовано, що демографічний процес пов'язаний з глобальною екологією, культурою, релігією, освітою тощо.

**Ключові слова:** *дискурс-аналіз, демографія, світове співтовариство, народжуваність, чисельність населення, сучасна міжнародна міграція.*

**В. Н. Шейко**, доктор исторических наук, профессор, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

## **МЕТОДЫ ДИСКУРС-АНАЛИЗА ПРИ ИЗУЧЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ**

Определяются ведущие трансформационные тенденции демографических процессов в мировом сообществе. Основное внимание уделяется дискурсу-анализу наратологии современных тенденций международной миграции и методам ее урегулирования на международном уровне в условиях цивилизационной глобализации. При этом показано, что демографический процесс связан с глобальной экологией, культурой, религией, образованием и т. д.

**Ключевые слова:** *дискурс-анализ, демография, мировое сообщество, рождаемость, численность населения, современная международная миграция.*

**V. M. Sheyko**, Doctor of Historical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

## **DISCOURSE ANALYSIS METHODS IN THE STUDY OF SOCIAL PROCESSES**

The key transformation trends of demographic processes in the world community are presented using discourse analysis of these processes. Special attention is paid to discourse analysis of narratology of current trends of international migration and methods of its regulation at the international level under conditions of civilization globalization. It is proved that the demographic processes are connected with global environment, culture, religion, education and so on.

**Key words:** *discourse-analysis, demography, world community, birth rate, population, current international migration.*

**The aim** of this paper is to study the transformation trends of demographic processes of modern global civilization with the help of discourse analysis.

Migration is a significant aspect of global demography process. It is a well-known global process, since migration to the United States from Latin America and other parts of the world has continued for several decades. One of the recent phenomenon is migration from Africa to Western Europe, from Eastern and Central Europe to Western Europe, from Asia – to Australia and North America, from various African countries – to Nigeria and Kenya, from Central America – to Mexico, from Japan – to Australia. Thus, large masses of population possessing different values and religions get mixed, and this contributes to emergence of multicultural and multiethnic societies.

History has always described the past as a sequence of past events and processes; scientists have been interested, first of all, in the qualitative aspects (accumulation of facts and concepts), whereas quantitative characteristics were considered to be of secondary importance. However, factual information is of paramount importance for understanding the historical processes. This is why we consider history as a process of system development.

Over the last decades the system approach has become very popular. It emerged first in physics to describe the behavior of systems with many components, then in chemistry and biology, and later it came to be used in the study of social and economic phenomena.

There is one parameter, as universal as the parameter of time, and it can be applied to all epochs. It is population size. It is directly linked to mankind's economic, social and cultural activities. We can say that demographic quantitative data offer a universal key to understanding the past.

It is obvious that negative consequences of spontaneous demographic processes have to be regulated. The only acceptable form is birth control.

There are programs aimed at developing effective measures to reduce the excess birth rate. It is important that these programs are adopted in the countries with the highest population size – India and China.

In the economically developed countries of the Northern region there is no evidence of a comprehensive, coordinated demographic policy, including family planning programs. However, the indigenous population decline in the early 1990s (depopulation) in some European countries caused an appropriate reaction. Actions like propaganda campaigns, moral or material incentives, etc., aimed at a birth rate increase are taking place in some countries (France, Germany and others)

**Modern international migration.** The most important center of international labor migration is Europe. Here there are 20 million legal migrants and members of their families, among them 13 million in the

European Union. Young people are mostly involved in the inter-state migration, usually, people aged under 25. Research data show that the share of young people in foreign manpower is rather impressive: in France — 40,2%, the Netherlands — 40,2%, Belgium — 49,8% of the total number of foreign employees.

The majority of immigrants choose Germany, France, United Kingdom, Switzerland, Belgium, Sweden, the Netherlands. In Luxembourg the percentage of foreigners was in 1995 as high as 33,5% of the total population.

The North American labor market traditionally belongs to the US, the labour resources of which has historically been formed by immigrants. Post-war migration to the US consisted of two phases: the first stage with more than 6.6 million people from Western Europe; the second stage began in 1965, when a law creating favorable conditions for immigrants from Asia and Latin America was adopted. Preference is given to highly skilled workers, engineers, doctors, managers, scientists.

Australia is the classical country of immigration in the Asian-Pacific region. The share of foreigners in the total workforce of this country is 24%. The policy of the USA and Australia is aimed at assimilating the immigrants.

Over the last decades the forms and destinations of migration flows have changed. In the late 20<sup>th</sup> century and till the First World War non-return migration prevailed. Migrants from Europe (over 19 million people) moved to the US, Canada, Australia moved seeking a permanent place of residence. The return migration process did not exist. At the same time Europe witnessed the rise of intra-continental migration from one country to another. In 1950-60s intra-continental temporary labor migration became very popular.

- Modern migration processes are quite different from those in the 19<sup>th</sup> and the first half of the 20<sup>th</sup> century. Their main features are the following. Migration spread to all continents and became global. By the end of the 20th century there had been over 45 million labor migrants in the world. The mass scale migration is one of the characteristic features of our time.
- In the 1950–70s the flow of migration was directed mainly from developing to developed countries, but as from 1980s an opposite process is taking place, namely the migration of workforce from developed countries to developing ones.
- Labor migration is mainly motivated by economic reasons.

- Modern technologies based on international work distribution contribute to labor resource migration. It is connected, first of all, with the activities of transnational companies.
- Illegal workforce migration has considerably increased and become a world problem (3 million illegal migrants in Europe, from 6 to 13 mln in the USA, mainly Mexicans working in the agricultural sector, 300,000 in Japan, 500,000 in Malaysia, 3 mln in Russia).
- Due to the impact of the scientific-technical revolution, qualitative changes are taking place in international migration: the share of highly skilled professional is constantly increasing.

A quite new phenomenon is worth mentioning: it is the movement of professionals not only “from the capital”, but “with the capital or following it” as well. It can be explained, first of all, by the activities of transnational corporations and the career prospects for professionals.

Nowadays, active processes of higher education integration are taking place all over the world. Thanks to these tendencies, students from many countries of the world can continue education abroad, e.g. Chinese students can study at US or Japanese universities. Such way of getting education is very efficient for the sender countries, but many of these do not returned to their homeland.

One should also take into consideration the fact that the former metropolitan countries prefer importing manpower from former colonies and dependencies. Whereas in the 19<sup>th</sup> century and in first half of the 20<sup>th</sup> century the countries of traditional migration (USA, Canada, Australia, South Africa) received only Europeans, in the 1980–90s they constituted a small part of immigrants. Nowadays migrants from Asia, Latin America, Africa, the Caribbean countries dominate in the immigration flows to developed nations.

One of the characteristic features of the present stage of international labor migration is an increasingly active state intervention in the process. The government regulates agreements in the world job market, issues entry permits and oversees the immigrant departure terms, provides recruitment and creates favorable conditions for immigrants' employment.

The import of high-quality workforce affects the economy of host countries and saves money for training specialists. For instance, in the 1960s the United States, Canada, the United Kingdom saved 46 million US dollars on education. In most countries migrants are considered as a shock absorber in case of a crisis and unemployment. Countries with a low birth rate and low-level employment use immigration to maintain pensions and social programs at an appropriate level.

The differences in the level of technology, industrial structure and organization of the working place between the sending and host countries may also create problems for those wishing to return. If the business climate is incompatible with the new migrants' ideas or training, migrants may not achieve their goals.

**The main directions of the state migration policy.** Regulating migration processes is a specific area of state social policy implemented with the help of a series of legal, organizational, economical, information methods. Government regulation can be carried out with current tendencies in internal and external migration taken into consideration.

Particular attention is paid to regulating external labour migration. The system of measures aimed at regulating immigration includes government acts defining legal, political and professional status of immigrants; institutional services dealing with workforce immigration; inter-governmental agreements on workforce immigration.

Regulating immigration acts define the number of immigrants in the host country; determine professional, qualification, gender and age structure of labor immigration and duration of the stay in the host country. Direct implementation of immigration policy is assigned to special bodies – national immigration agencies created at the Ministry of Labor and Internal Affairs.

Immigration agencies control, according to the current legislation, the immigrants' entry into the country, issue residence and work permits. Permission to work in a definite certain industry or region of the country is coordinated with the employers' needs, who state the required quantity of workforce and its qualitative characteristics.

Measures aimed at protecting of migrants' interests include: facilitating the conditions of departure and return to the country of residence by making changes in the national legislation; overcoming the state monopoly in the field of organization of labor export; establishing the minimum requirements necessary to sign employment contracts (contract terms, size of wages, taxes, insurance); protecting the rights of migrants (bilateral or multilateral agreements on relevant issues); facilitating effective migrants' adaptation to the new conditions in the host country and their readaptation on returning to the homeland.

Besides, there is illegal labor migration, when people leave their country having a guest visa, and then find a temporary job. When such illegal activities are discovered, the employer and the employee are fined.

The situation with the emigration of scientists and highly skilled professionals can be improved by radical measures such as: political and economic stability, finding resources for investments into science and innovations. This problem can be partly solved by expanding cooperation

with thy world scientific community, e.g. by participating in international conferences (mainly to Germany, France, USA, Italy, Poland), study trips (mainly to Germany, USA, Poland, France, Great Britain), work by employment contract (preferably Germany, Poland), studying at PhD or doctoral courses.

Today, countries importing workforce and those exporting it agree on measures designed to provide mutual protection, among them:

- signing by- and multilateral agreements at government level according to which labor migration is carried out on a return basis. i.e. employees return to their home countries after their contract term has expired;
- taking joint actions aimed at minimizing illegal migration.

There are three ways of implementing external labor migration policy: a) external labor migration is almost entirely regulated by the state through special national agencies; people wishing to work abroad are recruited mainly by private agencies; mixed schemes.

In order to regulate migration, world community can do the following.

International trade, investments and economic aid programs should be aimed at refugees and migrants source countries.

- The possibilities of legal migration should be increased.
- Legal and illegal migration flows should be analyzed in detail to foresee mass migration and take relevant steps.
- Basic education in donor countries should be accessible to all, which will help raise living standards. It may be appropriate to start internship programs in highly developed countries for experienced professionals. On their return home, such people could transfer know-how to their countries.
- Expand programs designed to support migrants wishing to return to their home countries.

Thus, the analysis of quantitative data concerning world demographic processes shows that a complex transformational evolution of migration from different regions is currently taking place. Opposite, reemigration processes should also be noted.

### References

1. Castles S. *The Age of Migration International Population in the Modern World* / S. Castles, M. J. Miller. — New York : Guilford Press, 1993.
2. *Immigrants in a Changing Labor Market: Responding to Economic Needs* / Ed. by M. Fix, G. Papademetriou, M. Sumption. — Washington, D.C. : Migration Policy Institute. — 2013. — 208 p.
3. Martin F., Abella M., Kuypers Ch. *Managing Labor Migration in the Twenty-First Century*. — New Haven: Yale University Press, 2014. — 240 p.

4. Mygas V. V. Zakonomernosti sovremennoi mezhdunarodnoi migratsii i osobennosti yeyo regulirovaniia / V. V. Mygas, A. A. Nechai // Belarus. zhurn. mezhdunar. prava i mezhdunar. otnoshenii. — 1999. — № 1. — S. 46–58.
5. Myers N. Scarcity or Abundance. A Debate on the Environment / N. Myers, J. L. Simon. — New York (W.W.) : Norton, 1992.
6. Pakhomov Yu. N. Puti i pereputia sovremennoi tsivilizatsii / Yu. N. Pakhomov, S. B. Krymskii, Yu. V. Pavlenko / NAN Ukrainy, Yn-t mirovoi ekonomiki i mezhdunar. otnoshenii, Blagotvorit. fond sodeistviia razvitiuu gumanit. i ekon. nauk. — Kiev, 1998. — 432 s.
7. Papademetriou D. Rethinking National Identity in the Age of Migration. — Washington D.C. : Migration Policy Institute, 2012. — 380 p.
8. Population and Environment : Rethinking the Debate / eds. : Lourdes M. Anzpe [et. al.]. — Boulder (CO) : Westview Press, 1994.
9. Shakhotko L. Migratsii naseleniia RF i ikh vliianiie na ekonomiku / L. Shakhotko // Kapital-ekspert. — 1997. — № 3. — S. 71 ; Nats. ekon. gaz. — 1996. — № 42.
10. Sheiko V. M. Vyshcha osvita v krainakh Zakhodu: sotsialni ta etychni aspekty / V. M. Sheiko ; Khark. derzh. akad. kultury. — Kh. : KhDAK, 1999. — 152 s.
11. Sheiko V. M. Humanizatsiia osvity i kultury / V. M. Sheiko // Visn. Khark. derzh. akad. kultury : zb. nauk. pr. — Kh., 2000. — Vyp. 2. — S. 99–109.
12. Sheiko V. M. Istorychni aspekty ekolohichnoho pohliadu na hlobalnu enerhetychnu systemu / V. M. Sheiko // Zb. nauk. pr. Ser. Istoriia ta heohrafiia / Khark. derzh. ped. in-t im. H. S. Skovorody. — Kh., 2000. — Vyp. 5. — S. 80–89.
13. Sheiko V. M. Osvita v informatsiinii tsyvilizatsii / V. M. Sheiko // Visn. Kn. palaty. — 2000. — № 9. — S. 17–19.
14. Tarletskaia L. Mezhdunarodnaia migratsiia i sotsialno-ekonomicheskoe razvitiie / L. Tarletskaia // Mirovaia ekonomika i mezhdunar. otnosheniia. — 1998. — № 7. — S. 140.

Надійшла до редколегії 19.03.2015 р.



УДК [003.345 : 316.773.2]: 378.147

**В. М. Чекштуріна**, кандидат педагогічних наук, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

### **ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МЕНЕДЖЕРІВ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Виокремлені складові методики викладання навчальної дисципліни «Соціокультурне проектування». Залежно від цілей, визначені види соціокультурних проєктів: політичні, соціальні, культурні, бізнес-спрямування, бінарні. Розглянуто комунікативні властивості рунічного знака-символу з позицій семиотики. Проаналізовано семантичну складову рунічних знаків у фірмових блоках брендів. Визначені трансформації семантичної складової знаків-символів, які можна поділити на такі різновиди: дилатація, девальвація, інверсія, секуляризація та ін. Доведено, що формування комунікативної компетентності менеджерів СКД сприятиме усвідомленому й ефективнішому використанню рунічних знаків-символів у сучасних бренд-комунікаціях.

**Ключові слова:** *руна, бренд, символ, комунікація, проєкт.*

**В. Н. Чекштуріна**, кандидат педагогических наук, доцент, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

### **ФОРМИРОВАНИЕ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МЕНЕДЖЕРОВ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Выделены составляющие методики преподавания учебной дисциплины «Социокультурное проектирование». В зависимости от целей, определены виды социокультурных проектов: политические, социальные, культурные, бизнес-направления, бинарные. Рассмотрены коммуникативные свойства рунического знака-символа с позиций семиотики. Проанализирована семантическая составляющая рунических знаков в фирменных блоках брендов. Определены трансформации семантической составляющей знаков-символов, которые можно разделить на следующие виды: дилатация, девальвация, инверсия, секуляризация и др. Доказано, что формирование коммуникативной компетентности менеджеров СКД способствует осознанному и эффективному использованию рунических знаков-символов в современных бренд-коммуникациях.

**Ключевые слова:** *руна, бренд, символ, коммуникация, проєкт.*

**Chekshturina V. N.**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

### **FORMATION OF COMMUNICATION COMPETENCE OF MANAGERS OF SOCIAL AND CULTURAL ACTIVITIES**

Methodological components of teaching «Social and Cultural Project Management» are distinguished. Depending on the aims, certain types of social and cultural projects are specified, e.g. political, social, cultural, business area, binary. Communicative features of a Runic sign-symbol are considered from a perspective of semiotics. The semantic constituent of the Rune signs is analysed in the name block of brands. Certain types of semantic constituent transformation of signs-symbols are distinguished. They are dilatation, devaluation, inversion, secularization etc. It is proved that developing communicative competence of managers of SCA will assist

conscious and efficient use of Rune and other archaic signs-symbols in modern brand communications.

**Key words:** *rune, brand, symbol, communication, project.*

Найважливішою складовою системи професійних компетентностей сучасного менеджера соціокультурної діяльності є комунікаційна — система знань, умінь та навичок щодо механізмів створення, збереження й трансляції культурних смислів у соціальному просторі та часі. Розуміння майбутніми фахівцями інформаційних основ культурогенезу, моделювання ними комунікаційних процесів і прогнозування розвитку комунікаційних систем культури передбачають поглиблене вивчення сутності й особливостей функціонування символічної комунікації, яка має потужну інформаційну ємність і широкий спектр комунікативних властивостей. Так, в умовах ринкової економіки важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності продуктів та послуг будь-якої компанії є брендинг. Основа формування відомого бренда — комунікативний вплив на споживача через знакову ідентифікацію позитивного іміджу товаровиробника, що асоціюється з високим рівнем якості його продукції. Комплекс знань щодо технологій формування торгової марки і політики ефективного брендингу, зокрема й на основі застосування знаково-символьних систем, майбутні менеджери соціокультурної діяльності здобувають у межах навчальної дисципліни «Соціокультурне проектування».

Дослідження історії символічної комунікації дозволяє стверджувати, що знаки-символи не одне тисячоліття використовували для позначення власності на худобу («клеймо», «тавро», «печатка»), в середні віки ремісники зображували їх на товарах. Аналіз структури й семантики первісних фірмових знаків свідчить, що найдавнішими знаками-символами, які перевірені часом і успішно використовуються в сучасному брендингу, є руни. У зв'язку із цим окремі теми навчальної дисципліни «Соціокультурне проектування» присвячені висвітленню семантичної, синтаксичної та прагматичної складових рунічного знака-символу як комунікаційного засобу брендингу.

Евристичний потенціал означеної проблематики майже не досліджений, хоча технології бренд-комунікацій розглядають такі вчені, як: Г. Дан, Є. Павловська, Ф. Шарков, Д. Шульц та ін. [2, 7, 11].

**Мета** статті — визначити резерви формування комунікаційної компетентності майбутніх менеджерів соціокультурної діяльності на основі опанування технологій брендингу.

Важлива особливість бренд-комунікації — оперування властивостями знака-символу як соціокультурного феномену, змістом якого є

цілісна концепція (ідея), що сприймається реципієнтом на раціональному й ірраціональному рівнях. Згідно з теорією семіотики, знак-символ, зазвичай, є конвенціональним, тобто має соціально визнане й стійко закріплене за ним значення. Наявність соціального визнання як наслідку конвенціональності забезпечує зрозумілість знакових кодів для реципієнтів у тій чи іншій соціокультурній ситуації.

Одним із обов'язкових елементів соціальної комунікації є знак. Знак-символ, як феномен комунікації, вивчається з позицій філософії (Е. Гуссерль, Ж. Деррида, Е. Кассіер), семіотики (Ч. Пірс), соціальних комунікацій (Б. Семеновкер) [8]. Структурні елементи комунікаційних процесів продуктивно досліджують вчені В. Горовий, В. Соколов, В. Льганаєва, Н. Кушнарєнко та ін. [1, 9, 3, 4].

Застосування соціокомунікативного підходу як дослідницького інструментарію дозволило з'ясувати, що суб'єктами комунікаційної взаємодії є комунікант — автор коду, який здійснював процес кодування, присвоюючи знакові певний смисл і долучаючи його до контексту історичної соціокультурної ситуації, та реципієнт, котрий дешифрує смисл знака-символу, підбираючи лінгво-соціокультурний код з метою адекватного декодування семантичної складової інформаційного повідомлення. Особливості та можливості декодування лінгво-соціокультурних кодів різних історичних епох досліджені в працях В. Абаєва, П. Бурдьє, В. Іванова, К. Леві Строса, Н. Лумана, Г. Сепіра, Ф. Соссюра, Г. Зімеля, Ю. Лотмана та ін., котрі розробляли ці проблеми в межах семіотики, порівняльної лінгвістики, культурології. Так, Ю. Лотман звертає увагу на таку важливу особливість мови і лінгвоформ, як місце їх первинного створення — лоно середовища лінгвокультурокодів. У соціокультурному середовищі минулих епох має місце явище семіотичного фетишизму — сакралізації знака, що стає знаряддям модифікації фактів. Аналізуючи праці Б. Успенського, Ю. Тен розглядає символ як знак, але особливого типу. Якщо простий знак — це ніби «двері» в предметний світ значень (образів і понять), то символ є «дверима» в непередметний світ смислів. Через символи свідомість пізнає свята святих культури — смисли, які наявні в несвідомих глибинах душі й об'єднують людей у єдиному переживанні таємниць зовнішнього і внутрішнього світу. При цьому справжній символ не просто «позначає» сенс, він містить усю повноту його дієвої сили. Таким чином, знак-символ є безпосереднім учасником комунікаційного процесу, засобом фіксації та трансляції інформації в просторі й часі.

Особливістю, що відрізняє символічну комунікацію від інших видів, є специфічні ознаки саме символу, як носія інформації.

Специфічними відмінностями знака-символу є такі його функції: 1) нескінченне розкриття символом свого змісту; 2) здатність символу встановлювати комунікацію, яка, у свою чергу, утворює спільноту «посвячених», тобто суб'єктів, котрі розуміють значення символу; при цьому кожен може знайти доступний рівень розуміння символу; 3) значення символів постійно трансформуються, під соціокультурним впливом змінюється не лише сенс знака-символу, але й ставлення до нього. Отже, символ — це інформаційний контент, зміст якого містить цілісну ідею, пізнається інтуїтивно і, зазвичай, не може бути остаточно адекватно виражений вербальним способом. Проте спрямованість символізації передбачає, з одного боку, багатозначність символу (він може мати інформаційне, емоційне, експресивне смислове навантаження) і складність його сприйняття (раціональне пізнання, інтуїтивне розуміння, асоціативне усвідомлення, естетичне відчуття, традиційне співвіднесення) — у цьому відмінність символу від алегорії або метафори, з іншого — динамічність існування символу: його функціонування цілком залежить від комунікативної актуальності того чи іншого сенсу.

У сучасному бізнес-середовищі також використовуються рунічні знаки-символи, однак не всі учасники комунікаційної взаємодії усвідомлюють їх багатозначність. Таким чином, використання рунічних символів у фірмових знаках відомих брендів є наслідком багатозначності та багатофункціональності символічної комунікації. Підготовка менеджерів соціокультурної діяльності (СКД) як фахівців, що працюватимуть у сфері брендингу, PR та реклами, створюючи власні бізнес-проекти, потребує поглиблених знань специфіки знаків-символів, зокрема й рун. Здобуття таких знань можливе в процесі вивчення майбутніми бакалаврами освітнього напрямку «Менеджмент СКД» навчальної дисципліни «Соціокультурне проектування».

Соціокультурне проектування — це специфічна технологія, що є конструктивною, творчою діяльністю, сутність якої полягає в аналізі проблем і виявленні причин їх виникнення, виробленні цілей та завдань, що характеризують бажаний стан об'єкта (або сфери проектної діяльності), розробці способів досягнення поставлених цілей. Виявлення пріоритетних напрямів проектування здійснюється переважно через аналіз ситуації, яка характеризує сукупність обставин та умов функціонування суспільства загалом і локальної ситуації, що фіксує соціальні, соціально-демографічні й соціально-культурні проблеми конкретної територіально-адміністративної одиниці.

Теоретичні засади соціокультурного проектування розробляються нині доволі активно в працях А. П. Маркова, Г. М. Бірженюка, О. М. Малишева, М. І. Рібакова, Д. Террі, Д. Ронгуй, К. Ліні та ін. [6].

Залежно від цілей і організаційних умов, соціокультурні проекти поділяються на такі види:

- бізнес-спрямування: використовуються засоби ділової організації; мета таких проектів — отримання прибутку, створення комерційних соціальних організацій;
- політичні: розробка й упровадження нових політичних поглядів, ідеалів та організація громадських об'єднань;
- соціальні: організація громадських, благодійних товариств, добродійних акцій, заходів щодо охорони здоров'я;
- культурні: створення соціокультурних інституцій, які реалізуюватимуть культурні цінності;
- бінарні: об'єднують тематику декількох видів проектів.

Соціокультурні проекти орієнтуються на вироблення культурних цінностей і їх популяризацію в суспільстві. У межах однойменної навчальної дисципліни студенти здобувають знання та набувають навичок щодо розроблення проектних технологій, спрямованих на вирішення певної соціокультурної проблеми. Серед основних завдань розроблення та реалізації проекту: визначення соціокультурної проблеми, її вирішення (проведення маркетингового дослідження; розроблення фірмового стилю (логотипу) й організаційної структури (персонал проекту), визначення асортименту соціокультурних послуг, складання медіа-плану просування проекту, обчислення його економічної рентабельності). Структурно проект складається з п'яти частин: аналітичної, планової, організаційної, комунікаційної й економічної.

Розроблення фірмового стилю є однією з головних презентативних складових соціокультурного проектування. Студенти розробляють візуальне зображення логотипа, слоган та рекламну продукцію для ефективного просування проекту, оформлюють його презентацію у фірмовому стилі. Прикладом є розроблення фірмового стилю власного соціокультурного проекту студенткою 4-го курсу спеціальності «Менеджмент СКД», спеціалізації «Менеджмент реклами» Ксенії Вінетті (рис. 1).

## Логотип, слоган



**Любиш рекламу?**  
**Завітай на каву!**



Рис. 1. Фірмовий стиль проекту «Рекламна кав'ярня» К. Вінетті та руна Райдо.

Необхідно зазначити, що перша складова запропонованого в проєкті слогану складається з англійських літер «RE». Літера «R» є руною «Райдо» із символічним значенням – «успішний рух» [5], що сприймається реципієнтами на підсвідомому рівні й сприяє ефективному просуванню проєкту.

Таким чином, використання рунічних знаків-символів у розробленні фірмових стилів компаній є достатньо поширеним, але, на жаль, значна частка їх семантичної складової нині втрачена і не усвідомлюється суб'єктами бренд-комунікації. Узагальнюючи трансформації семантичної складової знаків-символів, що відбулися в процесі соціокультурних змін, їх можна поділити на такі різновиди:

- 1) дилатація – розширення, збільшення кількості значень. Кожне покоління активних користувачів додає знакам-символам своїх значень або тлумачень, що ускладнює пошук первинних сенсів;
- 2) девальвація (від лат. «de» – зниження; «valeo» – мати значення) – зменшення поважного ставлення до сакральних знань, що призводить до втрати сутнісних значень знаків-символів;
- 3) інверсія (від лат. «inversio» – перевертання, переміщення) – зміна ставлення до знака. Наприклад, руна «соулу» (знак – «свастика») стає з часом забороненою, хоча використовувалася в соціумі протягом декількох тисячоліть, починаючи з Трипілля, й була відома як символ, що має суто позитивне значення;
- 4) інмутація (згідно з теорією О. Холода) [10] – зміна значення знака спільнотою під впливом радикальних соціополітичних та соціокультурних змін (утрата колишнього безперечного авторитету комуністичної символіки);

- 5) мортифікація — утрата знань щодо семантичного контенту знака-символу, правил синтактики, що внеможливилює процес декодування. Наприклад, рунічні написи формувалися переважно дзеркальним «бустрофедоном». Бустрофедон (грец. *bustrophedon*, від «bus» — бик і «strepho» — повертаю) — спосіб письма, при якому перший рядок пишеться справа наліво, другий — зліва направо, третій — знову справа наліво й так далі, при цьому руни в рядках, які пишуться зліва направо, перевертаються дзеркально). Унаслідок цього деякі рунічні написи нині декодують неправильно;
- 6) секуляризація — зміна фідеїстичного на мирське ставлення до сакрального знання, закладеного в знаках-символах.

Отже, формування комунікативної компетентності менеджерів СКД у межах соціокультурного проектування сприятиме усвідомленому й ефективнішому використанню рунічних та інших архаїчних знаків-символів у сучасних бренд-комунікаціях. Значення символу не обмежується об'єктом, який він означає, що зумовлює багатозначність і багатофункціональність символічної комунікації, продуктивність її застосування в багатьох соціокомунікативних технологіях, зокрема в брендингу, рекламі та паблік-рилейшнз.

### Список використаних джерел

1. Горювий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс : монографія / В. Горювий ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. — Київ : НБУВ, 2010. — 356 с.
2. Дан Г. Рождение бренда. Практическое руководство / Г. Дан. — М. : Гелеос, 2004. — 344 с.
3. Ильганаева В. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник / В. А. Ильганаева. — Харьков : КП «Городская типография», 2009. — 392 с.
4. Кушнаренко Н. Документоведение : учеб. для студ. ин-тов культуры / Н. Н. Кушнаренко. — 8-е изд., испр. — Київ : Знання, 2009. — 460 с.
5. Макаев Э. А. Язык древнейших рунических надписей / Э. А. Макаев. — М., 1965. — 180 с.
6. Марков А. П. Основы социокультурного проектирования : учеб. пособ. / А. П. Марков, Г. М. Бирженюк. — СПб. : СПГУП, 1997. — 262 с.
7. Павловская Е. Дизайн рекламы: поколение NEXT / Е. Павловская. — СПб. : Питер, 2003. — 320 с.
8. Семеновкер Б. А. Эволюция информационной деятельности: Рукописная информация. Ч. 1. / Б. А. Семеновкер ; Рос. гос. б-ка. — М. : Пашков дом, 2009. — 248 с.
9. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособ. / А. В. Соколов. — СПб. : Изд-во В. А. Михайлова, 2002. — 449 с.
10. Холод О. М. Масовий характер інмутації суспільства / О. М. Холод // Теорія інмутації суспільства: pro et contra : колектив. моногр. / [за ред. О. М. Холода]. — Київ, 2011. — С. 5–79.

11. Шарков Ф. И. Интегрированные бренд-коммуникации / Ф. И. Шарков. — М. : РИП-Холдинг, 2004. — 244 с.

### References

1. Horovyi V. Sotsialni informatsiini komunikatsii, yikh napovnennia i resurs : monohrafiia / V. Horovyi ; NAN Ukrainy, Nats. b-ka Ukrainy im. V. I. Vernadskoho. — Kyiv : NBUV, 2010. — 356 s.
2. Dan G. Rozhdeniye brenda. Prakticheskoye rukovodstvo / G. Dan. — M. : Geleos, 2004. — 344 s.
3. Ilganayeva V. Sotsialnyye kommunikatsii (teoriya, metodologiya, deyatelnost): slovar-spravochnik / V. A. Ilganayeva. — Kharkiv : KP «Gorodskaya tipografiya», 2009. — 392 s.
4. Kushnarenko N. Dokumentovedeniye : ucheb. dlya stud. in-tov kultury / N. N. Kushnarenko. — 8-e izd., ispr. — Kiiv : Znannya, 2009. — 460 s.
5. Makayev E. A. Yazyk drevneyshikh runicheskikh nadpisey / E. A. Makayev. — M., 1965. — 180 s.
6. Markov A. P. Osnovy sotsiokulturnogo proyektirovaniya : ucheb. posob. / A. P. Markov, G. M. Birzhenyuk. — SPb. : SPGUP, 1997. — 262 s.
7. Pavlovskaya E. Dizayn reklamy: pokoleniye NEXT / E. Pavlovskaya. — SPb. : Piter, 2003. — 320 s.
8. Semenovker B. A. Evolyutsiya informatsionnoy deyatelnosti: Rukopisnaya informatsiya. Ch. 1. / B. A. Semenovker ; Ros. gos. b-ka. — M. : Pashkov dom, 2009. — 248 s.
9. Sokolov A. V. Obshchaya teoriya sotsialnoy komunikatsii : ucheb. posob. / A. V. Sokolov. — SPb. : Izd-vo V. A. Mikhaylova, 2002. — 449 s.
10. Kholod O. M. Masoviyi kharakter inmutatsii suspilstva / O. M. Kholod // Teoriia inmutatsii suspilstva: pro et contra : kolektyv. monohr. / [za red. O. M. Kholoda]. — Kyiv, 2011. — S. 5–79.
11. Sharkov F. I. Integrirovannyye brend-kommunikatsii / F. I. Sharkov. — M. : RIP-Kholding, 2004. — 244 s.



UDK [003.345:316.773.2]:378.147

**Chekshurina V. N.**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

## **FORMATION OF COMMUNICATION COMPETENCE OF MANAGERS OF SOCIAL AND CULTURAL ACTIVITIES**

**The aim** of this article is to explore developing communication competence of future managers of social and cultural activities on the basis of branding technologies.

**Research Methodology.** Communication for social approach is applied as methodological basis, as a research tool, that allows finding out the author's code that carries out the code process and attaches it to the context of historical social and cultural situation. Communicative features of a Runic sign-symbol are considered from a perspective of semiotics.

**Results.** Methodological components of teaching «Social and Cultural Project Management» are distinguished. Depending on the aims, certain types of social and cultural projects are specified, e.g. political, social, cultural, business area, binary. The analysis of historical sources of symbol communication allows asserting that signs-symbols are used for characteristic denotation. The important feature of brand communications conducts the graphic sign of character properties as social and cultural phenomenon. It is proved that a sign-symbol is the direct participant of brand communications, by the means of fixing and communication of information in space and time. The visual constituent of brand is presented by graphic sign-symbol. A symbol has informative content and contains an integral idea.

**Novelty.** The semantic constituent of the Runic signs is analysed in the name block of brands. Certain types of semantic constituent transformation of signs-symbols are distinguished. They are dilatation, devaluation, inversion, secularization etc.

**The practical significance.** It is proved that formation of communicative competence of SCA managers will assist conscious and efficient use of Rune and other archaic signs-symbols in modern brand communications.

**Key words:** *Rune, brand, symbol, communication, project.*

Надійшла до редколегії 10.03.2015 р.

УДК 338.48-44-045.87(1-88)(477)

**В. В. Перехейда**, кандидат наук із соціальних комунікацій, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

### **ЧИННИКИ ЛОКОМОЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО ВНУТРІШНЬОГО ТУРИСТА**

Визначено чинники локомоції (особистісного розвитку) українського внутрішнього туриста: природа, культура і світ людей, на основі індивідуальних інтерв'ю та вивчених дописів українських інтернет-користувачів. Означені чинники розглянуто в контексті теорії холізму як інтегральні основи відповідних комунікаційних полів. Перебуваючи в межах цих полів, суб'єкт зазнає впливу, а відтак — ментальних змін, які є критерієм ефективної локомоції.

**Ключові слова:** *внутрішній туризм в Україні, чинники локомоції, комунікаційне середовище, комунікативність туристичних об'єктів.*

**В. В. Перехейда**, кандидат наук по социальным коммуникациям, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев

### **ФАКТОРЫ ЛОКОМОЦИИ УКРАИНСКОГО ВНУТРЕННЕГО ТУРИСТА**

Определены факторы локомоции (личностного развития) украинского внутреннего туриста: природа, культура и мир людей на основании индивидуальных интервью и изученных сообщений украинских интернет-пользователей. Указанные факторы рассмотрены в контексте теории холизма как интегральные основы соответствующих коммуникационных полей. Находясь в пределах этих полей, субъект подвержен имманентному воздействию совокупности их материальных и нематериальных явлений, а следовательно — ментальным изменениям, которые являются критерием эффективной локомоции.

**Ключевые слова:** *внутренний туризм в Украине, факторы локомоции, коммуникационная среда, коммуникативность туристических объектов.*

**V. V. Perekheida**, Candidate of Science in Social Communications, Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv

### **LOCOMOTION FACTORS OF A UKRAINIAN DOMESTIC TOURIST**

Having examined individual interviews and posts of Ukrainian Internet users the author has determined locomotion factors (personality development) of Ukrainian domestic tourist: nature, culture and the human world. These factors have been considered in the context of the theory of holism — as integral bases of relevant communication fields. Within these fields the subject is exposed to the immanent influence of the whole of their material and non-material phenomena, and therefore he experiences the mental changes which are a marker of efficient locomotion.

**Key words:** *domestic tourism in Ukraine, locomotion factors, communication environment, communicativeness of tourist sites.*

**Постановка проблеми.** Україна має великий потенціал як туристична країна, про що свідчать такі цифри. У «Статистичному щорічнику України» за 2011 р. Державної служби статистики України йдеться: «На кінець 2011 р. на державному обліку перебувало 145 тис.

нерухомих пам'яток історії та культури, з них 71 тис. — археології, 53 тис. — історії, 3 тис. — монументального мистецтва, 18 тис. — архітектури та містобудування, 308 од. — садово-паркового мистецтва, 5 од. — ландшафтні та 17 од. — науки і техніки» [10, с. 478]. Ці величезні ресурси приваблюють відвідувачів. Але постає питання про категоризацію їх як об'єктів комунікації: що саме привертає увагу українських внутрішніх туристів і зумовлює їхню т. зв. локомоцію — рух у психологічному середовищі, фізичний чи уявний шлях, який долає людина з метою задоволення власних матеріальних і духовних потреб?

Це питання наразі викликає стійкий інтерес представників туристичного бізнесу, місцевих органів влади та самоврядування, які відповідають за розвиток доручених їм територій. Однак воно не менш актуальне й для фахівців із соціальних комунікацій: визначення чинників локомоції українського внутрішнього туриста надасть змоги визначити особливості його розвитку як особистості, сформулювати і застосовувати методи виховного впливу, що набуває особливої значимості в сучасних складних суспільно-політичних умовах. Адже очевидним є те, що зацікавленим сторонам суспільного діалогу слід приймати рішення, зважаючи на комунікаційний потенціал об'єктів, які є природним надбанням, культурним фондом, історичною спадщиною України.

**Останні дослідження та публікації.** К. Левін (Kurt Lewin), автор теорії поля, стверджував, що індивід (соціальна група) існує і розвивається в т. зв. психологічному полі — «життєвому просторі», утвореному сукупністю оточуючих предметів, реальних та нереальних, актуальних, минулих і майбутніх подій, які перебувають у психологічному просторі індивіда в певний момент. Елементи мають різну валентність — своєрідні енергетичні заряди, що визначають їхню притягальну або відштовхувальну потенцію. Комунікаційна сила елементів цього середовища, асоційована з притаманними індивідові когнітивними інтенціями, забезпечує локомоцію — просування в напрямі дії певної енергії, чинника. Функція локомоцій полягає в регуляції напруження в життєвому просторі людини. Наприклад, мрії — ірреальні локомоції, пов'язані з регуляцією напруження, викликаного потребами, які в певний момент часу неможливо задовольнити. Отже, локомоції можуть відбуватися як у реальному фізичному просторі, так і нереальному, уявному [5].

У західній соціології та психології важливе місце посідає теорія символічного інтеракціонізму, пов'язана з іменами Дж. Міда, Ч. Кулі, У. Томаса, Г. Блумера та ін., згідно з якою соціальний світ є продук-

том рольової взаємодії між людьми на основі узагальнених символів. За допомогою символів «кристалізуються» процеси повсякденного міжособистісного спілкування, внаслідок чого й формуються соціальні структури. Особистість діє щодо об'єктів (фізичних, соціальних, абстрактних) на основі значень, які вони мають для неї. Значення об'єктів організуються і змінюються в процесі інтеракцій та інтерпретацій їх індивідом. Людська поведінка розглядається як функція того, як індивід визначає об'єкти й організує взаємодію з ними. Тому осмислення буття суспільства передбачає, передусім, осмислення змісту соціальних взаємодій (інтеракцій) у їхньому символічному значенні.

Французький соціолог і філософ Б. Латур (Bruno Latour) у статті «Про інтероб'єктивність» (1996), що є фундаментальним дослідженням природи соціальної взаємодії, стверджує щодо контактів між людиною і її оточенням: «...Об'єкти — це не засоби, а радше посередники... Вони не передають покійно нашу силу — у всякому разі не більше, ніж ми покійно виконуємо їхні вказівки. [...] Говорячи про соціальне тіло, вони (прихильники ідеї соціальної структури — В. П.) насправді мали на увазі лише його душу, вважали людей мавпами, які оточені речами. Щоб мати справу із соціальним тілом як тілом, нам необхідно: а) ставитися до речей як до соціальних фактів; б) замінити дві симетричні ілюзії взаємодії і суспільства обміном властивостями між людським і нелюдськими актантами; в) емпірично простежити роботу локалізації і глобалізації» [4, с. 96].

А. Бергер, посилаючись на А. Ріглю та К. Гандельмана, називає два різні способи візуального сприйняття: оптичний і гаптичний (тактильний). Перший (оптичний) ґрунтується на творчому «скануванні» їхньої форми, структури та сприйнятті контурів предметів; поверхня предметів лише побіжно охоплюється поглядом. Другий (гаптичний) фокусує увагу на поверхні предмета й акцентує на його зовнішніх якостях. Тактильне сприйняття спрямоване на детальне вивчення текстури й кольору поверхні. Оптичний зір є метафоричним («скануючи» об'єкт, людина часто встановлює зв'язок між елементами, котрі до цього здавалися незіставними чи не пов'язаними між собою). Гаптичний погляд — метонімічний, оскільки фокусується на вибраних елементах об'єкта, тобто на частині, а не на цілому [3, с. 61].

Зазначені праці свідчать на те, що в розвитку людини має значення сукупність матеріальних і нематеріальних, людських і нелюдських чинників.

**Мета** статті — визначити чинники локомоції українських внутрішніх туристів як першопричини їхньої мобільності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У процесі написання статті проведені індивідуальні інтерв'ю, вивчена інтернет-активність українських туристів, а також проаналізована фахова література з теми. На основі цього виявлено, що головними чинниками локомоції українського внутрішнього туриста є природа, культура, світ людей. Вони діють за холічним принципом: сукупні інтеракції й спричиняють фізичний чи уявний поступ індивіда.

Численні дослідження засвідчують: серед мотивів мобільності сучасної людини чи не найважливішою стає потреба в спілкуванні з природою, зміні оточуючого урбаністичного пейзажу на екологічне довкілля. Фахівці стверджують: «Туризм — особлива форма зв'язку людини з природою. З епізодичного, затьмареного умовами повсякденності, щоденного поспіху, “марноти марнот” туризм перетворюється на постійно діючий, звільнений від пут повсякденності домінуючий серед інших способів екзистенційного буття» [1, с. 41]. У міжнародній практиці є поняття «синій прапор»: такий знак присвоюють екологічно чистим районам. Закономірно, що туристи надають переваги відпочинку саме в таких місцях, де ніщо не загрожує їхньому здоров'ю.

Природне середовище є ключовим активом також у внутрішньому туризмі в Україні. Наприклад, С. із м. Харків залишив в інтернеті промовистий відгук: «Реальний гуцульський колорит! Практично всі чотири дні ми були в захваті (хоч і сильно втомлювалися)!.. Люди, яка природа! Таке відчуття нереальності, ніби ти в телевізорі! Гори, ріки, водоспади,— краєвиди просто неймовірні! Карпати — це сила!» [17]. Тож сила красот пейзажів відіграє важливу роль у залученні відвідувачів.

Індустрія туризму на основі природи передбачає такі заходи: водні, гірські й інші прогулянки, спостереження за птахами, звірами тощо; реалізацію спеціалізованих інтересів у геологічних та ботанічних експедиціях; колективні свята; пригоди, заняття спортом і фізкультурою (альпінізм, дайвінг тощо); полювання та риболовля; збір трав, грибів, ягід. Але слід акцентувати: Карпати, Шацькі озера, а раніше й Крим, а також інші природні ресурси України — це не тільки зони відпочинку та оздоровлення, а й справжні школи нації. Вони спонукають до того, щоб розвивати у відвідувачів чутливість до «туризму з розумінням», спрямованого на задоволення потреб у бережливих контактах із незайманою природою і культурою, із забезпеченням сталості їхнього розвитку. Тобто внутрішній екологічний туризм покликаний змінювати мислення, формувати неспоживацьке ставлення до природних багатств.

Культура здійснює потужний вплив на соціальні комунікації. Однак вона недооцінюється як фактор, що впливає на комунікаційну поведінку конкретного індивіда. Утім, культура є однією із засад самоідентифікації, оскільки несвідомо допомагає оцінювати, інтерпретувати події й приймати рішення без особливих зусиль. Як система суспільних норм і цінностей, вона має глибокі структури — передається від покоління до покоління, залишаючись при цьому доволі стійкою, адже докорінні ментальні зміни потребують багато часу. Культура в певному її носіїві — це не те, ким і чим він народився, а те, про що дізнався, адже суспільні норми та цінності він засвоює з родини, школи, роботи, від друзів, практик дозвілля — накопичує з досвідом. І завдяки цим глибинним спадкам та пластам формує власну унікальну ідентичність.

*Утім, культура — це гнучка поведінкова модель.* О. Лисикова стверджує: «Масовий популярний туризм демонструє новий спосіб життя з орієнтацією на освоєння природного та соціального простору. Сучасний турист піддається впливу моди і легко змінює свої вподобання, смаки, мотиви, формат поведінки на ринку турпослуг» [7, с. 26]. *Отже, елементи культури використовуються, модифікуються і відкидаються залежно від того, наскільки вони корисні в організації реальності.*

Зазначені характеристики культури — стійкості й змінності — слід використовувати в українському внутрішньому туризмі з виховною метою. Адже культурне середовище має велику притягальну та сугестивну силу, на чому й оснований туристичні практики. Так, шанувальниця Львова, його «унікальної архітектури, неповної атмосфери» розповідає про свій досвід відвідувань: «Я дуже часто буваю у Львові не тільки по роботі, а й просто так, для того, щоб відпочити, подивитися місто, походити по вузьких старовинних вуличках... Щоразу я дізнаюся про це місто все більше і більше. Це ж навіть дуже цікаво» [8].

Однак слід розуміти, що комунікативність культури як туристичного середовища складна, неоднорідна. На це вказує також теорія «чотирьох культур», яку на основі крос-культурних досліджень (із посиланням на функціональний підхід системи Джафарі (Jafaris, 1983)) розробили Г. Мюллер (Hansruedi Müller) і М. Тім (Marion Thiem). Вони простежили взаємодію: 1) культури місцевості, з якої прибули мандрівники (в основному міст); 2) «святкової», «канікулярної» культури туристів, притаманної їм у відпустці (стиль життя туристів, поведінка у відпустці); 3) культури обслуговування (поведінка місцевих жителів стосовно гостей, виконання ними ролі при-

ймаючої сторони); 4) культури цільової місцевості (реальної культури місця дестинації). Згідно з моделлю Г. Мюллера і М. Тіма, ці «чотири культури» зіставляються і зіштовхуються [15].

Крім того, важливою умовою функціонування культури є розуміння: процес сприйняття культурних об'єктів інтерпретативний, тому вихідні сенси можуть сприйматися і тлумачитися неадекватно, внаслідок чого вони спотворюються. Звісно, це призводить до виникнення комунікаційних бар'єрів і конфліктів. Комунікаційну складність культури описує й антропологічна «модель айсберга» Е. Т. Холла (Edward Twitchell Hall), в якій усі аспекти культури поділені на видимі, напіввидимі та невидимі. Видима частина «айсберга» культури — це культурні явища, котрі мають фізичний прояв (архітектура, одяг, танці, манери тощо). Напіввидимі та невидимі рівні культури — явища, обставини, ідеї, смисли, що, незримі, зумовлюють рівень видимої культури [11; 12].

Звісно, і туристи, і місцеві мешканці, як стверджує М. Ленен (Marc Laenen), «у власному сприйнятті культурної спадщини не розрізняють аналітичну, адміністративну чи інтелектуальну складові, сприймаючи її як цілісний комплекс через наявність внутрішнього зв'язку між усіма складовими її осмислення і послідовного “заякорення” в їхньому безпосередньому середовищі проживання» [13]. І це актуалізує завдання розвивати всі ці складники в українському внутрішньому туризмі в комплексі.

Зарубіжні вчені Й. Ларсен (Jonas Larsen), Дж. Уррі (John Urry), К. Аксгаузен (Kay W. Axhausen) стверджують, що сучасні дослідження не висвітлюють проблем соціальності та фізичної співприсутності, внаслідок чого не зважають на те, що нині туризм дедалі більше пов'язаний з (пере)виробництвом соціальних мереж — з (пере)відвідуванням та користуванням гостинністю друзів і родичів, які мешкають у дестинаціях та змушені виконувати соціальні обов'язки. Туризм є не ізольованим «екзотичним островом» — це численні стосунки, що віднаходять «роз'єднаних» людей, ставлять «обличчям до обличчя», і де зобов'язання й задоволення йдуть поруч [14, с. 244].

В інших зарубіжних дослідженнях ідеться про те, що туристи у своїх соціальних практиках орієнтуються на дії: 1) інститутів, які регулюють процедури, що супроводжують турпоїздки (посольство, консульство, паспортний контроль, митниця, адміністрація готелю та ін.); 2) турпідприємств, що забезпечують пересування, розміщення, харчування, рекреацію, відпочинок, анімацію; 3) ЗМІ, які надають актуальну й оперативну інформацію» [7 с. 25]. Зауважимо: усі означені позиції належать до соціальних комунікацій. Автор далі за-

значає: «Особливості інтеракцій у туризмі визначаються характером взаємодії у форматах: “гість — господар”, “гість — гість”, “господар — постачальник”, “споживач — постачальник”. Просторова мобільність туристів багато в чому визначає ритм і спосіб життя місцевих жителів, ставлення яких до приїжджих залежить від конкретного місця і загального сприйняття туристського впливу в його локальних просторово-часових межах» [6].

Світ людей є важливим чинником локомоції і внутрішніх українських туристів: їхні міжособистісні комунікації та соціальні інтеракції з організаторами поїздок, членами туристичних груп, місцевими жителями й іншими суб'єктами впливають на перебіг поїздки, її успішність та ефективність, а іноді цими інтеракціями й зумовлена поїздка.

Наприклад, достатньо часто до поїздки спонукає, як свідчать різноманітні опитування [2], порада друзів, розповіді про їхній досвід. Наші дослідження доводять, що майже всі вітчизняні туристи готові рекомендувати поїздку іншим особам унаслідок позитивного досвіду, набутого під час їхнього туру. Ідеться про т. зв. WOM-комунікації (word of mouth — з уста в уста, «сарафанне радіо») як джерело туристичної інформації. Подібних висновків раніше дійшли також Е. та Л. Райси (Al, Laura Ries) [16].

Іншим важливим стимулом до поїздок є маркетингова активність туристичних компаній, причому з дедалі персоналізованішими підходами.

Туристи здебільшого мають запит на комунікабельність людей, з якими їм доведеться спілкуватися. Емоційні та відкриті, вони цінують ці риси в партнерах по комунікації. Наприклад, в індивідуальному інтерв'ю Наталя (м. Луцьк, домогосподарка, 31 рік) розповіла: «У м. Берегове на Закарпатті нам трапилося познайомитися з одним цікавим чоловіком. Це був місцевий дідусь, ім'я його вже не пам'ятаю — якесь угорське, дивне таке. Він тримає винний погребок; вирощує кілька сортів винограду. До нього навіть приїжджають люди високого рангу, щоб купувати вино. Так от він про це вино і виноград може розповідати годинами. І взагалі дуже балакучий. Любить говорити з людьми. Він каже, що цей погребок для нього — не так заробіток, як спілкування з людьми. Мене вразила його життєрадісність і працелюбство. Йому стільки років, а від нього йде така хороша енергія, світло». Такі зустрічі справляють позитивне враження, стають невід'ємною складовою образу поїздки і в майбутньому можуть спричинити нові потреби в мобільності.

**Висновки.** Визначено чинники локомоції (особистісного поступу) українського внутрішнього туриста — природа, культура і світ людей,



які холічним чином створюють певні психологічно валентні «життєві простори» й детермінують ментальні трансформації індивіда.

Розвиток індустрії внутрішнього туризму в Україні має здійснюватися на основі знань про комунікаційний потенціал туристичних об'єктів. І саме ця комунікативність зумовлює ступінь їхньої значущості в локомоції туристів — трансформаціях ментальної сфери.

Має рацію Ж. Сарамаго: «...Кожна подорож існує не сама по собі, але містить безліч інших [...]. Подорожі йдуть одна за одною вервечкою і при цьому зливаються воедино, ... так само, як покоління людей: трапляється, що, ще не переставши бути онуком, ти стаєш дідом, будучи водночас і батьком. І нікуди не дінешся» [9]. У контексті теми статті це означає, що кожна туристична поїздка основана на попередньому досвіді, а визначені чинники локомоції здебільшого діють у різноманітних комбінаціях.

**Перспективи подальших досліджень.** Поглибленого вивчення потребують кожен з означених чинників локомоції українських внутрішніх туристів, а також можливі варіанти їхніх комплексів. При цьому слід розглянути обставини, які перешкоджають поступу індивіда, дестабілізують його «життєвий простір».

#### Список використаних джерел

1. Горак Г. І. Екзистенціальність людського буття у природних вимірах та природно-рекреаційні можливості туризму / Г. І. Горак // Всеукраїнський круглий стіл «Філософія туризму». — Київ, 2002.
2. Как проводят свои отпуска черниговцы? (фотоопрос) [Електронний ресурс] (02.08.2011) // Режим доступа: <http://www.gorod.cn.ua/print/news/foto-i-video/28030-kak-provodjat-svoi-otpuska-chernigovcy-fotoopros.html>. — Загл. с экрана.
3. Квіт С. М. Масові комунікації : підручник / С. М. Квіт. — Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. — 206 с.
4. Латур Б. Об интеробъективности / Брюно Латур // Социологическое обозрение, 2007. — Т. 6. — № 2. — С. 80–98.
5. Левин К. Теория поля в социальных науках / Курт Левин ; пер. с англ. — СПб. : Речь, 2000. — 368 с.
6. Лыскова О. В. Социальные изменения культурных практик отечественного туризма в условиях глобализации / О. В. Лыскова [Електронний ресурс]. — Режим доступа: <http://www.dissers.ru/avtoreferati-doktorskih-dissertatsii/1/a234.php>. — Загл. с экрана.
7. Лыскова О. В. Туризм в контексте социальных теорий / О. В. Лыскова // Известия Сарагов. ун-та. Сер. Социология, политология. 2009. — С. 25–27.
8. Прогулка по Львову [Електронний ресурс] (08.12.2010). — Режим доступа: <http://toutout.ru/place/lviv.html>. — Загл. с экрана.
9. Сарамаго Ж. Каменный плот / Жозе Сарамаго [Електронний ресурс]. — Режим доступа: [http://www.e-reading-lib.com/bookreader.php/50703/Saramago\\_-\\_Kamennyyi\\_plot.html](http://www.e-reading-lib.com/bookreader.php/50703/Saramago_-_Kamennyyi_plot.html). — Загл. с экрана.
10. Статистичний щорічник України за 2011 р. [Електронний ресурс] / за ред. О. Г. Осаулєнка. — Київ : Державна служба статистики України, 2012. — 559 с. —

Режим доступу: <http://library.oseu.edu.ua/docs/StatSchorichnyk%20Ukrainy%202011.pdf>. — Назва з екрана.

11. Hall E. T. *The Silent Language*. / E. T. Hall. — N.-Y., 1959. — 412 p.
12. Hall E. T. *Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans contributes to ...* Consortium Book Sales & Dist, 1990. — 196 p.
13. Laenen M. *Life Beyond Tourism* / Marc Laenen [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.lifebeyondtourism.org/en/senza-categoria-en/international-experts-wrote-about-life-beyond-tourism/>. — Назва з екрана.
14. Larsen J. *Networks and tourism: Mobile Social Life* / Jonas Larsen, John Urry, Kay W. Axhausen // *Annals of Tourism Research*. — Volume 34, Issue 1, January 2007. — P. 244–262.
15. Müller H. *Tourism and cultural identity* tourisme et identite culturelle tourismus und kulturelle identität: Cultural identity / Hansruedi Müller, Marion Thiem // *Tourism Review*, 1995. — Vol. 50 Iss: 4.— P.14–19.
16. Ries A. *The Fall of Advertising and the Rise of PR* / A. Ries, L. Ries. — NY, Harper Collins, 2004.
17. Slyaik [Електронний ресурс] (17.07.2009) // Режим доступу: <http://www.turpravda.ua/forum/topic.php?id=6525>. — Назва з екрана.

### References

1. Horak H. I. *Ekzystentsialnist liudskoho buttia u pryrodnykh vymirakh ta pryrodno-rekreatsiini mozhyvosti turyzmu* / H. I. Horak // *Vseukrainskyi kruhlyi stil «Filosofia turyzmu»*. — Kyiv, 2002.
2. *Kak provodiat svoi otpuska chernygovtsy? (fotoopros)* [Elektronnyi resurs] (02.08.2011). — Rezhim dostupa: <http://www.gorod.cn.ua/print/news/foto-i-video/28030-kak-provodjat-svoi-otpuska-chernigovcy-fotoopros.html>. — Zagl. s ekrana.
3. Kvit S. M. *Masovi komunikatsii : pidruchnyk* / S. M. Kvit. — Kyiv : Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 2008. — 206 c.
4. Latour Bruno. *Ob interobyektivnosti* / Bruno Latour // *Sotsiologicheskoye obozreniye*, 2007. — T. 6. — № 2. — S. 80–98.
5. Lewin Kurt. *Teoriya polya v sotsialnykh naukakh* / Kurt Zadek Lewin; per. s angl. — SPb. : Rech, 2000. — 368 s.
6. Lysikova O. V. *Sotsialnyye izmeneniya kulturnykh praktik otechestvennogo turizma v usloviyakh globalizatsii* / O. V. Lysikova [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa: <http://www.dissers.ru/avtoreferati-doktorskih-dissertatsii/1/a234.php>. — Zagl. s ekrana.
7. Lysikova O. V. *Turizm v kontekste sotsialnykh teorii* / O. V. Lysikova // *Izvestiya Saratov. un-ta. Ser. Sotsiologiya, politologiya*. 2009. — S. 25–27.
8. *Progulka po Lvovu* [Elektronnyy resurs] (08.12.2010). — Rezhim dostupa: <http://tourout.ru/place/lviv.html>. — Zagl. s ekrana.
9. Saramago José de Sousa. *Kamenny plot* / José de Sousa Saramago [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa: [http://www.e-reading-lib.com/bookreader.php/50703/Saramago\\_-\\_Kamennyi\\_plot.html](http://www.e-reading-lib.com/bookreader.php/50703/Saramago_-_Kamennyi_plot.html). — Zagl. s ekrana.
10. *Statystychni shchorichnyk Ukrainy za 2011 r.* [Elektronnyi resurs] / za red. O. H. Osaulenka. — Kyiv : Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2012. — 559 s. — Rezhym dostupa: <http://library.oseu.edu.ua/docs/StatSchorichnyk%20Ukrainy%202011.pdf>. — Nazva z ekrana.
11. Hall E. T. *The Silent Language*. / E. T. Hall. — N.-Y., 1959. — 412 p.

19. Hall E. T. Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans contributes to ... Consortium Book Sales & Dist, 1990. — 196 p.
20. Laenen M. Life Beyond Tourism / Marc Laenen [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupa: <http://www.lifebeyondtourism.org/en/senza-categoria-en/international-experts-wrote-about-life-beyond-tourism/>. — Nazva z ekrana.
21. Larsen J. Networks and tourism: Mobile Social Life / Jonas Larsen, John Urry, Kay W. Axhausen // *Annals of Tourism Research*. — Volume 34, Issue 1, January 2007. — P. 244–262.
22. Müller H. Tourism and cultural identity tourisme et identite culturelle tourismus und kulturelle identität: Cultural identity / Hansruedi Müller, Marion Thiem // *Tourism Review*, 1995. — Vol. 50 Iss: 4.— P.14–19.
23. Ries A. The Fall of Advertising and the Rise of PR / A. Ries, L. Ries. — NY, Harper Collins, 2004.
24. Slyaik [Elektronnyi resurs] (17.07.2009) — Rezhim dostupa: <http://www.turpravda.ua/forum/topic.php?id=6525>. — Nazva z ekrana.

UDC 338.48-44-045.87(1-88)(477)

**Perekheida V. V.**, Candidate of Science in Social Communications, Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv

## LOCOMOTION FACTORS OF UKRAINIAN DOMESTIC TOURIST

**The aim** of this paper is to identify the locomotion factors of Ukrainian domestic tourists as the root that causes their mobility.

**Research methodology.** The author has conducted several interviews, studied the Internet activity of Ukrainian tourists and analyzed professional literature on the subject.

**Results.** The author has defined the locomotion factors (personality development) of Ukrainian domestic tourists: nature, culture and the human world. These factors create a certain holistic way of the psychological valence “life space” and determine the mental transformation of individuals.

The nature is a key asset in the domestic tourism of Ukraine. Ecotourism promotes physical and mental restoration of subject forms of non-consumer attitude to natural resources.

The cultural environment has great attraction and suggestive power. Tourist practice is based on it. The communicativeness of culture as the medium of tourist complex is composite, because the process of perception of cultural objects is interpretative.

The human world is an important locomotion factor of Ukrainian domestic tourists: their interpersonal communication and social interaction with the organizers of trips, members of tour groups, local residents influence the course and efficiency of travel.

**Novelty.** The author has distinguished the concept of communication of the locomotion factors of Ukrainian domestic tourists.

**The practical significance.** Knowing the locomotion factors of Ukrainian domestic tourists enables a practical approach to the development of personality, formation and application of educational influence methods that are of particular importance in today’s complex social and political situation in Ukraine.

**Key words:** *domestic tourism in Ukraine, locomotion factors, communication environment, communicativeness of tourist sites.*

Надійшла до редколегії 14.02.2015 р.

УДК 316.77: 659.443/ 446

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

### **PR-СЕРЕДОВИЩЕ НОВОГО ПОКОЛІННЯ ЯК БАЗА ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО PR-ІНСТРУМЕНТАРІЮ**

Розглянуто особливості PR-середовища нового покоління, проаналізовано принципи організації інформаційного простору і нові можливості, які надає феномен «інформаційного суспільства» в соціальних комунікаціях сучасного бізнесу. Використано моніторинг корпоративних сайтів, корпоративних видань, акаунтів соціальних мереж сучасного бізнесу. Зазначено, що наведені практичні висновки та рекомендації можуть бути корисними для фахівців сучасного бізнесу, котрі розробляють методи комунікацій зі споживачами.

**Ключові слова:** *PR-середовище нового покоління, інноваційний PR-інструментарій, соціальні комунікації, конвергенція, інтерактивність, соціальні мережі, комунікації в інтернеті.*

**О. В. Тодорова**, преподаватель, Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев

### **PR-СРЕДА НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ КАК БАЗА ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО PR-ИНСТРУМЕНТАРИЯ**

Рассмотрены особенности PR-среды нового поколения, проанализированы принципы организации информационного пространства и новые возможности, которые представляет феномен «информационного общества» в социальных коммуникациях современного бизнеса. Использован мониторинг корпоративных сайтов, корпоративных изданий, аккаунтов социальных сетей современного бизнеса. Отмечено, что приведенные практические выводы и рекомендации могут быть полезны специалистам современного бизнеса, разрабатывающим методы коммуникаций с потребителями.

**Ключевые слова:** *PR-среда нового поколения, инновационный PR-инструментарий, каналы коммуникации, конвергенция, интерактивность, социальные сети, коммуникации в интернете.*

**O. V. Todorova**, Lecturer, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

### **PR ENVIRONMENT OF NEW GENERATION AS THE BASIS OF INNOVATIVE PR-TOOLS FORMATION**

This article deals with peculiarities of PR space of the new generation. The principles of organization of information space and new opportunities of the phenomenon of "information society" in the social communication of modern business were analyzed. Monitoring of corporate websites, corporate media, social networking accounts of modern business was used for the analysis. The results of this study can be useful for modern business communication specialists where methods of communication with consumers are developing.

**Key words:** *innovative PR tools, channels of communication, social communication, convergence, interactivity, social networks, communication on the Internet.*

**Актуальність теми**, яка досліджується, перебуває в практичній площині інтересів бізнесу саме тому, що раніше використовуване традиційне PR-середовище вже не відповідає інформаційним вимогам цільових груп. Їх змінює PR-середовище нового покоління, яке стає базою для формування інноваційного PR-інструментарію. XXI ст. назвали епохою інформації, в якій комунікація — об'єднуючий фактор у регулюванні та смисловому контексті інформаційних потоків, генератор імпульсів у діяльності більшості бізнес-структур. Тому формування інноваційних PR-інструментів має відбуватися з урахуванням специфіки нового цифрового середовища. Таким чином, методологічне вивчення, розуміння ключових особливостей середовища нового покоління є актуальним.

**Мета статті** — визначити особливості сучасних масових комунікацій та PR-середовища як основу для формування інноваційного PR-інструментарію. Функціонування цього інструментарію в інтернеті зумовило зміни парадигми бізнес-комунікацій, які виникли як відповідь бізнес-спільноти на появу цифрових проявів нового покоління.

Сучасна інформаційна сфера — системоутворююче середовище для життя суспільства — являє собою сукупність інформації, інформаційної інфраструктури, суб'єктів, які здійснюють збір, обробку і формування інформаційних повідомлень. Саме із цієї сфери споживачі отримують інформацію про різноманітні товари та послуги.

Виникнення нового поняття «інформаційне суспільство» передбачає інші моделі поведінки, якісний стан сучасної цивілізації, логічно обґрунтовані запити і вимоги до інноваційного PR-інструментарію, який би забезпечив соціальні комунікації, адекватні трансформації медійного простору.

Життя в сучасному суспільстві зумовлене інформаційною матрицею. Фахівці зі сфери PR-комунікацій у соціальних медіа та маркетингологи стверджують: «Якщо компанія не представлена в інтернеті, це означає, що її немає. Люди нині заходять в інтернет, коли щось шукають. Тому клієнтів має той, хто присутній у мережі», — переконаний А. Долгов, керівник eBay Marketplaces. Б. Гейтс у книзі «Бізнес зі швидкістю думки» передбачає, що в майбутньому на ринку залишаться два види компаній: ті, що представлені в інтернеті, й ті, які вийшли з бізнесу [3].

Безумовно, для України ступінь наявності інтернету в невеликих містах і селах є недостатнім. В Україні багато літніх людей, котрим не потрібен інтернет, а через низьку урбанізацію в селах та невеликих містах поширеність інтернету не перевищує 20 % [6]. Проте в цьому дослідженні розглядається бізнес-спільнота, локалізована у великих

промислових містах, яка соціально активна та купівельноспроможна, а її члени здебільшого мають доступ і є активними користувачами мережі інтернет.

Американський письменник, соціолог та футуролог, один з авторів «Інформаційної цивілізації», Е. Тоффлер зазначає, що інформація стає новим масовим продуктом і поширюється через нові канали [14], формуючи особливий комунікативний простір — інфосферу. На думку Е. Тоффлера, інформаційна сфера завдяки впровадженню комп'ютерних технологій засвідчує підвищення інтерактивності ЗМІ та демасифікацію мас-медіа. Комп'ютерні мережі надають змоги формувати нове інтелектуальне середовище, а глобальне поширення робить ці технології доступнішими.

Е. Тоффлер та М. Маклюен на різних рівнях описали комунікативну сферу, комунікативний простір, PR-середовище як невід'ємну характеристику сучасного суспільства. Вони зафіксували існування нового комунікативного феномену, опосередкованого інформаційно-комунікативними технологіями. Інформаційно-технологічна база стає по суті основою для формування інноваційного PR-інструментарію. Виникає мережева матриця, що характеризує новий тип комунікаційної взаємодії, для якого істотним елементом є безпосередній учасник комунікації.

Ідеї мережевої організації простору і часу та їх важливість з точки зору соціальних комунікацій висловлювали Ф. Бродель, П. Бурдьє, Е. Дюркгейм, Г. Зіммель, Р. Мертон, П. Сорокін та ін. Сучасні зміни вектора дискурсу як мережевого визначили вчені Д. Белл, Дж. Гелбрейт, А. Турен. Системно цю тему розвинув М. Кастельс.

На думку М. Кастельса, основними ознаками мережевої комунікації є: децентралізація, неієрархічність, горизонтальна взаємодія; гнучкість, мобільність, мінливість форм і конфігурацій; загальнодоступність; рівноправність тощо [4].

Вертикально орієнтовані громадські інститути починають заміщуватися горизонтально орієнтованими, створеними за мережевим принципом. Нова матриця, яку М. Кастельс називає «інформаційним суспільством», має такі особливості: інформація є «сировиною» для технологій; інформативні комунікативні технології інтегровані в усі сфери діяльності, розвивають мережеві зміни соціуму; домінує конвергенція. У дослідженні М. Кастельса подано розуміння визначального впливу інформаційних технологій на принципи організації економіки та соціуму.

Інтенсивний розвиток цифрових технологій зумовлює виникнення принципово нових каналів комунікації. В інформаційних по-

токах, які формує компанія, засоби масової комунікації тиражують найзначущіші для суспільства теми. Оскільки інформація походить з незаангажованого джерела, ці повідомлення значно ефективніше впливають на аудиторію і відіграють ключову роль у формуванні сприйняття та репутації бренда.

На думку дослідника-практика А. Попова [9], нові канали надають змоги створити навколо компанії інформаційний фон, сформувати позитивне ставлення до керівництва, виховати адвокатів бренда. Все це — нематеріальні активи компанії, які нагально необхідні в кризовій ситуації. Комунікації в інтернеті, — явище багатомірне, — з одного боку, характеризуються всіма ознаками звичних засобів масової інформації, з іншого — істотно відрізняються від офлайнових ЗМІ. При цьому в суспільстві формується думка, що будь-який інформаційний контент можна безперешкодно поширити на багатомільйонну аудиторію. Однак це лише вказує на стереотипізацію інтернет-комунікацій і недостатнє вивчення принципів роботи в мережі як на емпіричному, так і на науковому рівнях.

На думку Д. Ольшанського, маси відрізняються від груп гетерогенністю складу, де кожен індивід має різні соціальні, вікові та інші характеристики. Маса можуть не тільки споживати інформацію, а й брати активну участь у її створенні та розповсюдженні. [8].

При всій різноманітності моделей кожна обов'язково містить компоненти моделі «комунікативного акту», розробленої в 1948 р. американським політологом Г. Лассуеллом, у якій комунікація представлена як односпрямований лінійний процес: хто повідомляє — що — по якому каналу — кому — з яким ефектом.

Пізніше модель удосконалена завдяки введенню «зворотного зв'язку» як обов'язкового виду відносин між компонентами. Подальшому вдосконаленню сприяло введення: джерел інформації, умов здійснення комунікації, соціального складу аудиторії і, нарешті, мови як засобу комунікації.

Розглянуто класичний підхід до ідентифікації ЗМІ в інтернет-середовищі. Утім, виникають і інші медійні канали, які поєднують принципи традиційних ЗМІ з новими характеристиками: саморегуляцією, відсутністю єдиного керівного органу, постійною трансформацією, створенням і поширенням контенту користувачами.

Відмінності між різними галузями ЗМІ стають непомітними. Завдяки інтернету немає необхідності дивитися телебачення — інтернет передбачає гнучкіші методи управління контентом. Споживач може дивитися що хоче, коли хоче, при цьому самостійно плануючи свій перегляд. Традиційні канали мовлення зникають. Сучасний глядач шукає не канал, а конкретну програму. «Розмивання каналів»

означає, що нині існує значно більше джерел інформації і місць, де можуть здійснюватися зв'язки з громадськістю. В епоху соціальних комунікацій привернути увагу аудиторії стає складніше, незважаючи на простоту розміщення інформації. Канали ЗМІ розпадаються, стають обмеженішими і фрагментованішими, а охоплення масової аудиторії втрачає свою значимість. В інтернеті створюються нові структури, причому щодо змісту, а не каналів. Користувачам більше не потрібен канал доставки контенту, оскільки вони самі можуть створювати нові канали — блоги або мікросайти. Півстоліття тому в центрі уваги були засоби масової інформації, нині характеристики повідомлення значно важливіші [13].

Фахівці-практики зі сфери бізнесу В. Пекар, Д. Олтаржевський, М. Борншайн, А. Длігач, О. Радян, Дз. Новаківська, К. Мацкевич під час круглого столу та виступів на бізнес-форумі «Інновації в комунікаціях. Тренди — 2014» відзначили, що специфікою комунікацій нового покоління є мультимедійність і конвергентність. Наповнення акаунтів являє собою продукт конвергенції журналістики, реклами, маркетингу на основі досягнень інформаційних технологій. Відео, аудіо, фото, тексти формують інше наповнення, що розміщується в єдиному каналі. Якщо в минулому столітті чітко можна було розділити формати контенту за відомими кожному PR-спеціалістові характеристиками традиційних ЗМІ (радіо, телебачення, газети, журнали), то інноваційні канали інтернету дедалі частіше наповнюються гібридними продуктами, які виникають завдяки конвергенції контенту в цифровому середовищі [5].

Істотно змінилися і принципи формування мережевого наповнення. Контент створюють не журналісти, оператори чи інші професіонали. Нині пишуть тексти і знімають фото- та відеорепортажі самі споживачі, які мають певні навички та відповідне технічне обладнання. На інтерактивних майданчиках у мережі здійснюються обмін інформацією та її обговорення. Потенційно компанія може використовувати цей тренд у своїх цілях. Наприклад, акаунт бранда в соціальній мережі може бути наповнений відеороликами, звуковими підкастами, текстовими постами, фоторепортажами, а популярність залежатиме від рівня його корисності, розважальних та пізнавальних властивостей.

Більшість каналів комунікації в інтернеті поступово набувають ознак відкритої системи, що передбачає можливість для PR-спеціаліста вбудуватися в певну модель взаємодії виробників і споживачів контенту. Ще однією особливістю є інтеграція інтернет-ЗМІ, блогів та акаунтів соціальних мереж. Компанії дедалі активніше прагнуть долучити аудиторію до всіх своїх ресурсів. Існують також



технології дублювання інформації, що так само сприяє оптимізації процесів наповнення каналів. Наприклад, перші 140 символів з поста на сторінці компанії у Facebook можуть в автоматичному режимі дублюватися на сторінці компанії в Twitter. Але простота розміщення інформації впливає на неконтрольоване збільшення її обсягів, професійних характеристик, зменшення рівня достовірності.

Отже, такі характеристики мережі, як глобальність, інтерактивність, саморегулятивність, конвергентність, вищий ступінь довіри аудиторії порівняно з телебаченням і друкованими комунікаціями, диференціація цільової аудиторії за інтересами, менша вартість комунікацій порівняно з традиційними каналами, використання творчих партизанських методів, вірусних комунікацій, доступні сервіси підрахунку реакції тощо, є для сучасного бізнесу новими можливостями інноваційних підходів у соціальних комунікаціях. PR-середовище сучасного покоління надає змоги здійснювати миттєві інтерактивні комунікації, задіяти мультимедійний арсенал: фото, відео, аудіо, текст у єдиному конвергентному потоці інформаційної трансляції.

Вочевидь, нові цифрові канали комунікації значно розширюють можливості сучасного PR-спеціаліста, проте й передбачають наявність нових навичок, розуміння психології користувачів інтернету, прогресивного мислення в системі координат комунікації компанії в мережі інтернет. Отже, PR-середовище нового покоління є потужною та перспективною інформаційно-технологічною базою для формування та використання інноваційного PR-інструментарію в соціальних комунікаціях сучасного бізнесу.

Подальші наукові, методологічні й емпіричні дослідження вказують, які нові канали масової комунікації сформувалися та яких можливостей надає цифрове середовище сучасному бізнесу; які характеристики притаманні сучасним каналам комунікації і в чому специфіка комунікацій в інтернеті; які PR-інструменти інформаційного впливу сформувалися під дією соціальних мереж і які перспективи відкриває інтернет для формування взаємодії між сучасним бізнесом та цільовими групами PR-впливу. Ці тематичні напрями потребують подальшого наукового осмислення.

### Список використаних джерел

1. Ассоциация Корпоративных Медиа [Електронний ресурс] // Ассоциация Корпоративных Медиа : [сайт]. — Текстові дані. — Режим доступу: <http://www.astm.com.ua/> (дата звернення: 10.12.2014). — Назва з екрана.
2. Вебер Л. Эффективный маркетинг в интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в сети / Л. Вебер ; пер. с англ. Е. Лалаян. — М. : Манн, Иванов, Фербер, 2010. — 320 с.

3. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли / Билл Гейтс. — Изд. 2-е, испр. — М. : ЭКСМО-Пресс, 2001. — 480 с.
4. Кастельс М. Галактика интернет: Размышления об интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс. — Екатеринбург : УФактория, 2004. — 328 с.
5. Корпоративная футурология. Тренды 2013 в коммуникациях современного бизнеса. [Электронный ресурс] // Ассоциация Корпоративных Медиа Украины : [сайт]. — Текст. данные. — Режим доступа: <http://www.acmu.com.ua/presscenter/events/30> (дата звернення: 10.12.2014). — Загл. с экрана.
6. Кутик М. Рост уровня проникновения интернета в Украине существенно замедлился [Электронный ресурс] / М. Кутик // ain.ua : [сайт]. — Текстові дані. — Режим доступу: <http://ain.ua/2011/10/19/62100> (дата звернення: 10.12.2014). — Назва з екрана.
7. Олтаржевський Д. О. Основи та методи діяльності сучасних корпоративних медіа : монографія / Дмитро Олтаржевський. — Київ : Центр вільної преси, 2013. — 312 с.
8. Ольшанский Д. В. Психология масс / Д. Ольшанский. — СПб. : Питер, 2001. — 368 с.
9. Попов А. Блоги. Новая сфера влияния / Антон Попов. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2008. — 336 с.
10. Тодорова О. В. PR в цифровую эру. Искусство коммуникаций / Оксана Тодорова. — Киев : Huss, 2012. — 240 с.
11. Тодорова О. В. Корпоративное издание на 200%. / Оксана Тодорова. — Одесса : СМІЛ, 2007. — 256 с. : ил., табл.
12. Тодорова О. В. Корпоративные медиа: жми сюда! / Оксана Тодорова. — Киев : Пласке, 2010. — 256 с.
13. Brown R. Public relations and the Social Web / Rob Brown. — Kogan Page, 2009. — 208 p.
14. Toffler A. The Third Wave / Alvin Toffler. — Bantam Books, 1984. — 560 p.

### References

1. Assotsiatsiya Korporativnykh Media [Elektronnyy resurs] // Assotsiatsiya Korporativnykh Media : [sayt]. — Tekstovi dani. — Rezhim dostupu: <http://www.acmu.com.ua/> (data zvernennya: 10.12.2014). — Nazva z ekrana.
2. Weber L. Effektivnyy marketing v Internete. Sotsialnyye seti, blogi, Twitter i drugiye instrumenty prodvizheniya v seti / L. Weber ; per. s angl. E. Lalayan. — M. : Mann, Ivanov, Ferber, 2010. — 320 s.
3. Gates W. Biznes so skorostyu mysli / William Gates : izd. 2-e, ispr. — M. : EKSMO-Press, 2001. — 480 s.
4. Castells M. Galaktika Internet: Razmyshleniya ob Internete, biznese i obshchestve / M. Castells. — Ekaterinburg : UFaktoriya, 2004. — 328 s.
5. Korporativnaya futurologiya. Trendy 2013 v kommunikatsiyakh sovremennogo biznesa. [Elektronnyy resurs] // Assotsiatsiya Korporativnykh Media Ukrainy : [sayt]. — Tekst. dannyye. — Rezhim dostupa: <http://www.acmu.com.ua/presscenter/events/30> (data zvernennya: 10.12.2014). — Zagl. s ekrana.
6. Kutik M. Rost urovnya proniknoveniya interneta v Ukraine sushchestvenno zamedlilsya [Elektronnyy resurs] / M. Kutik // ain.ua : [sayt]. — Tekstovi dani. — Rezhim dostupu: <http://ain.ua/2011/10/19/62100> (data zvernennya: 10.12.2014). — Nazva z ekrana.
7. Oltarzhhevskiy D. O. Osnovy ta metody dialnosti suchasnykh korporativnykh media : monohrafiia / Dmytro Oltarzhhevskiy. — Kyiv : Tsentri vilnoi presy, 2013. — 312 s.
8. Olshanskiy D. V. Psikhologiya mass / D. Olshanskiy — SPb. : Piter, 2001. — 368 s.

9. Popov A. Blogi. Novaya sfera vliyaniya / Anton Popov. — M. : Mann, Ivanov i Ferber, 2008. — 336 s.
10. Todorova O. V. PR vs tsifrovuyu eru. Iskustvo kommunikatsiy / Oksana Todorova. — Kiiv : Huss, 2012. — 240 s.
11. Todorova O. V. Korporativnoye izdaniye na 200%. / Oksana Todorova. — Odessa : SMIL, 2007. — 256 s.: il., tabl.
12. Todorova O. V. Korporativnyye media: zhmi syuda! / Oksana Todorova. — Kiev : Plaske, 2010. — 256 s.
13. Brown R. Public relations and the Social Web / Rob Brown. — Kogan Page, 2009. — 208 p.
14. Toffler A. The Third Wave / Alvin Toffler — Bantam Books, 1984. — 560 p.

UDC 316.77: 659.443/.446

## PR ENVIRONMENT OF NEW GENERATION AS THE BASIS OF INNOVATIVE PR-TOOLS FORMATION

**Todorova O. V.**, Lecturer, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv  
*oksana.todorova@gmail.com*

**The aim of** the article is to determine the peculiarities of up-to-date mass communication and PR environment sources for innovative PR-tools formation.

**Research methodology.** Monitoring of corporate websites, corporate media, social networking accounts of modern business was used for the analysis.

**Results.** The majority of online communication channels are gradually obtaining characteristics of open system. This fact enables PR-specialist to fit into this model of interaction between producers and content consumer. Another feature is the integration of online media, blogs, and social network accounts. PR environment of new generation makes it possible to carry out instant interactive communication, using multimedia tools (picture, video, audio, text) in a single convergent flow of information transmission. New digital communication channels greatly extend the capabilities of modern PR-specialist. However, it allows to understand the psychology of the Internet users, new thinking in the coordinate system of online company communication. Thus, PR environment of new generation is powerful. It gets very advanced information and technological basis for formation and usage of innovative PR-tooling in social communication of the modern business.

**Novelty.** The peculiarities of PR environment of new generation were studied in the article. The author analyzed the principles of organization of information space and new possibilities, the phenomenon of “information society” in social communications of modern business.

**The practical significance.** The research results can be useful to modern business communication specialists, social institutions where methods of communication with consumers are developing. Conclusions and recommendations can be applied to improve efficiency of PR modern business communications. It is possible to use the results for further research in the area of social communications.

**Key words:** *mass communication, innovative PR tools, channels of communication, social communication, convergence, interactivity, social networks, communication on the Internet.*

Надійшла до редколегії 02.04.2015 р.

УДК 007:316.77

**Є. В. Толок**, аспірант, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

## **СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТ РЕГУЛЮВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ**

Розглядається соціальний аспект регулювання рекламної діяльності на прикладі міжнародного досвіду. За результатами останніх світових досліджень розкрито суть поняття «реклама» та «рекламна діяльність», певні особливості різних видів рекламної діяльності. Зазначено основні проблеми соціального регулювання рекламної діяльності і перспективні напрями в цій сфері для подальшого використання.

**Ключові слова:** *реклама, рекламна діяльність, соціальне регулювання, міжнародний досвід, міжнародне регулювання, зарубіжні дослідження.*

**Е. В. Толук**, аспирант, Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев

## **СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА**

Рассматривается социальный аспект регулирования рекламной деятельности на примере международного опыта. По результатам последних мировых исследований раскрыта суть понятия «реклама» и «рекламная деятельность», особенности различных видов рекламной деятельности. Указаны основные проблемы социального регулирования рекламной деятельности и перспективные направления в этой сфере для дальнейшего использования.

**Ключевые слова:** *реклама, рекламная деятельность, социальное регулирование, международного опыт, международное регулирование, зарубежные исследования.*

**Ye. V. Tolok**, postgraduate student, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

## **SOCIAL ASPECTS OF ADVERTISING ACTIVITIES REGULATION: THE CASE OF INTERNATIONAL EXPERIENCE**

The article deals with the social aspect of the advertising activities regulation: the case of international experience. The results of the recent global studies reveal the essence of the concept of “advertising” and “advertising activities”, certain characteristics of different types advertising. The author describes the problem of social regulation of advertising activities and outlook in this area for future applying.

**Key words:** *advertisement, advertising activities, social regulation, international experience, international regulations, foreign studies.*

**Постановка проблеми дослідження.** Реклама нині є невід’ємною складовою суспільного життя, виявом інтересів суспільства. Звичними для її поширення засобами можна привертати увагу до повсякденних проблем, змушувати замислитися над необхідністю

пошуку нового, розумнішого, етичнішого, адекватнішого формату спілкування з оточенням. В усьому світі, де здійснюється рекламна діяльність, проблема її регулювання надзвичайно актуальна.

Тому доцільно зосередитися на соціальних аспектах регулювання рекламної діяльності на прикладі міжнародного досвіду. Питанням їх дослідження за кордоном присвячено безліч праць, в Україні це переважно матеріал, викладений у навчальній літературі, який є загальним, розглянуто вужчі питання та проблеми. Потрібно виявити закономірності формування ставлення суспільства до реклами й особливості сприйняття реклами споживачами, а також залучити досвід інших країн.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Розвиток рекламної діяльності має давню та насичену історію. Питання теорії й практики реклами розглядали представники різних країн. Створена велика бібліотека наукових та популярних праць з рекламної діяльності, особливо в США. Серед зарубіжних дослідників можна відзначити Дж. Бернетта, Ф. Котлера, С. Моріарті, У. Уельса, Л. Германова, Н. Добробабенко, І. Гольмана, Я. Рожкова, П. С. Зав'ялова, М. Н. Айзенберга, Л. Н. Хромова та ін. Ці питання розглядали вітчизняні автори О. С. Братко, Т. І. Лук'янець, Є. В. Ромат.

**Мета статті** — проаналізувати соціальний аспект регулювання рекламної діяльності у світовій практиці.

Сформований під впливом реклами світогляд людини спонукає її до практичної дії, певного способу життя, думок. Саме тому реклама є широким полем дослідницької діяльності для вчених різних наукових галузей. Реклама не існує самостійно. Вона — лише інструмент комунікативної діяльності.

Відповідно до законодавства України, реклама — це інформація про особу чи товар, поширена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо особи чи товару [1].

Рекламна діяльність — це складний, багатоступеневий процес, що потребує значних витрат фінансових, матеріальних та інтелектуальних ресурсів, оскільки реклама — важлива складова бізнесу та суспільного життя [6].

Реклама є дзеркалом суспільних стереотипів, водночас і їх творцем. Вона не тільки сприяє формуванню в потенційних споживачів купівельних переваг та вподобань, а й впливає на формування певних стандартів мислення і соціально-рольової поведінки серед різних прошарків населення, зокрема стандартів та моделей поведінки жінок і чоловіків. Реклама є не тільки рушійною силою економічних

відносин, а виконує виховну функцію, формує моделі поведінки, які людина несвідомо починає наслідувати.

Численні соціальні дослідження доводять, що особливо значний вплив реклама здійснює на дітей та підлітків, котрі ще не вміють фільтрувати належним чином інформацію. Телевізійна реклама сильно впливає на дитячу психіку, граючи на дитячих емоціях. На думку Д. Рисман, основною функцією телевізійної реклами є підготовка дітей до їх головної життєвої професії — «бути кваліфікованими споживачами». Завдяки віковій специфіці розвитку дітей найбільший вплив здійснюють: психологічне зараження (результат впливу на емоційну сферу особистості), наслідування (привласнення сприйнятих моделей поведінки), навіювання. При цьому, з точки зору психологічного захисту, діти через свої вікові відмінності неспроможні протистояти впливу телевізійної реклами, використовуючи власні настанови і погляди.

Очевидно, вільне і необмежене нав'язування суспільству образів та моделей поведінки через рекламу, що часто відбувається на підсвідомому рівні, не є проявом демократичної країни, а порушує право людини на її вільний вибір самовизначення та самобутність.

Наприклад, одним із проявів порушення соціального простору суспільства є така дискримінація в рекламі, як сексизм (ідеологія і практика дискримінації людей за ознакою статі). Вона основана на настановах або переконаннях, відповідно до яких жінкам (або чоловікам) помилково приписуються (або заперечуються) певні якості.

Сексизм глибоко вкорінений у свідомості суспільства, а тому часто є непоміченим і сприймається як «нормальне» явище. Непомітно він став використовуватися й у рекламі. Сексизм та гендерні стереотипи спричиняють зневажливе ставлення до осіб протилежної статі, особливо жінок, що може зумовити такі соціальні проблеми, як домашнє насильство, сексуальні домагання на робочому місці, нерівність оплати праці тощо. Названі аспекти та немало інших соціальних проблем є верхівкою айсберга, в основі якого — ті стереотипи та моделі поведінки, які формують засоби масової інформації, зокрема реклама [6].

Важливо усвідомлювати важливий вплив реклами на суспільство. Тому її створення і розміщення має відбуватися з огляду на принцип соціальної відповідальності. Рекламодавець має не тільки вкладати кошти в соціальні проекти та відповідально ставитися до своїх працівників і навколишнього середовища, а й усвідомлювати відповідальність за власну рекламу і те, який здійснюватиме вплив на суспільство і які наслідки спричинятиме. Багато критиків рекла-

ми роблять одну фундаментальну помилку: вони звинувачують в усьому знаряддя, а не того, хто ним користується. Реклама ні в чому не винна, а ось рекламодавці, навмисне чи ні, зловживають нею або неправильно її використовують. Зі зловживаннями в галузі реклами борються організації захисту прав споживачів, базуючись на відповідних законах, а також органи, створені самою рекламною індустрією. Необхідно звернути увагу на те, що йдеться про зловживання в галузі реклами, а не про рекламу як форму зловживань.

Державне регулювання рекламної діяльності є необхідним елементом розвитку суспільної системи, а також різновид соціального управління, що регулює соціально значущі процеси [7]. Із цією метою створюються урядові комітети, відділи та молодіжні організації, які контролюють рекламну діяльність фірм і рекламних агентств.

Міжнародний досвід представляє декілька базових систем, згідно з якими рекламна діяльність може розвиватися в цивілізованих межах.

Англійська модель — чітка й відносно централізована: центральний інформаційний офіс при уряді збирає замовлення від державних структур, розподіляє їх серед різних рекламних агентств і є єдиним замовником соціальної реклами в ЗМІ. У Великобританії питання соціальної реклами не регулюються законодавством, а саму рекламу замовляє уряд і фінансує державний бюджет. Така модель подібна до соціального інституту, який перебуває під нетотальним контролем держави [9].

Протилежна англійській моделі — американська. Головним координатором та централізованим замовником соціальної реклами в ЗМІ є незалежна громадська організація «Рекламна рада». Вона опікується плануванням, виробництвом і розміщенням соціальної реклами (координує роботу рекламних агентств та рекламодавців) [2]. Рекламна рада декларує свою незалежність від державних дотацій і підтримується діловими американськими колами, зокрема з індустрією реклами й комунікації. Організовані нею рекламні кампанії слугують інтересам «громадськості», а не окремих груп. Витрати на розміщення рекламних оголошень становлять понад 800 млн доларів на рік. Тільки телекомпанія CBS щороку демонструє 17 тис. рекламних сюжетів, присвяченим соціальним проблемам. Якщо реклама порушує серйозну соціальну проблему, місце або час у ЗМІ надають безплатно [9].

Окремо в списку моделей координування соціальної реклами перебуває Німеччина, внутрішня політика якої зорієнтована на стимулювання громадських ініціатив у сфері соціальної роботи з населен-

ням. Бундестаг, федеральний уряд, парламент, земельні парламенти й уряди спонсорують громадські ініціативи соціальної спрямованості. При цьому значні кошти, які спрямовуються на суспільні потреби, витрачається саме на соціальну рекламу [9].

Стосовно українського контексту розміщення соціальної реклами, то, згідно з вимогами чинного законодавства, воно здійснюється так: засоби масової інформації — розповсюджувачі реклами, діяльність яких повністю або частково фінансується з державного або місцевих бюджетів — зобов'язані розміщувати соціальну рекламу органів державної влади та органів місцевого самоврядування, громадських організацій безплатно в обсязі не менше 5 % ефірного часу, друкованої площі, відведених для реклами [8].

Цікавим є також приклад Росії. Обмежувальні заходи в рекламній діяльності держава пов'язує з турботою про фізичне та духовне здоров'я своїх громадян. Яскравим проявом цього в Росії є заборона на розміщення реклами наркотичних засобів, психотропних речовин, вибухових речовин і матеріалів, за винятком піротехнічних виробів; органів і (або) тканин людини як об'єктів купівлі-продажу тощо. Немало заборонних актів державної влади пов'язані з турботою про дітей, особливо про їхнє психічне здоров'я. Тому передбачені заборони на використання образів неповнолітніх у рекламі алкогольної продукції, пива, тютюну та тютюнових виробів, азартних ігор і парі, зброї та продукції військового призначення. І хоча багато рекламодавців незадоволені занадто жорсткими, на їх думку, заборонами, часто держава регламентує їх дотримання [7].

У Великобританії обмеження накладаються на рекламу, яка може шкідливо впливати на фізичне, психічне здоров'я і моральність дітей або яка використовує притаманну дітям довірливість. Також у країні діє Кодекс стандартів телевізійної реклами, в якому є глава, що стосується вимог до реклами в дитячих програмах. Вона свідчить, що реклама в дитячих передачах, або призначена для дітей, не може містити інформації про товари та послуги, не адресованих її цільовій аудиторії (наприклад, ліків, препаратів для схуднення, низькокалорійних продуктів). У паузах дитячих програм не можна розміщувати анонси передач, не призначених для дітей, а також реклами товарів і послуг, що замовляються поштою, електронною поштою, телефоном або іншими сучасними засобами передачі інформації.

Дотримання законодавства про рекламу контролює британська Служба за стандартами реклами (Advertising Standards Authority — ASA), яка може здійснювати моніторинг реклами та зобов'язана реагувати на скарги громадян, що стосуються дотримання законодавства про рекламу [2].



Робоча група, створена Американською асоціацією психологів у 2000 р., проаналізувала літературу в галузі реклами і рекламних засобів інформації та їх впливу на дітей. Виявлено, що рекламодавці витрачають понад 12 млрд. доларів на рік на рекламні повідомлення, орієнтовані на дитячий ринок. У середньому дитина бачить понад 40000 рекламних повідомлень на рік [4].

**Висновок.** Отже, нині реклама перетворилася на складну систему, збільшилася кількість засобів впливу на людину: радіо, телебачення, комп'ютерні мережі тощо. Але, як і раніше, людство поділяється на продавців і покупців. І в рекламі, насамперед, зацікавлений продавець. Інша сторона — споживач, хоче вона того чи ні, змушена щодня сприймати рекламну продукцію в необмеженій кількості. У зв'язку зі збільшеним впливом реклами на сучасну людину виробники, а також розповсюджувачі реклами повинні усвідомлювати ступінь своєї соціальної відповідальності перед споживачем, а держава — розвивати й удосконалювати існуючу нормативну базу в цьому напрямі, використовуючи передовий міжнародний досвід.

#### Список використаних джерел

1. Про рекламу: Закон України від 03.07.96 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 39. — Ст. 191.
2. Афанасьев В. Т. Социальная информация и управление обществом / В. Т. Афанасьев. — М., 1975. — 375 с.
3. Барзгова Е. С. Американская социология (традиции и современность). Курс лекций / Е. С. Барзгова. — Екатеринбург : «Деловая книга», Бишкек: «Одиссей», 1997. — 176 с.
4. Батыгин Г. С. Лекции по методологии социологических исследований : учеб. для студ. / Г. С. Батыгин. — М., 1995. — 286 с.
5. Газизова В. Л. Оценка воздействия рекламы на общество: социальные аспекты (по материалам исследований в г. Йошкар-Ола) / В. Л. Газизова, А. З. Гильманов // Сб. науч. тр. ИСЭПН АНТ. — Казань, 2004. — 165 с.
6. Курбан О. В. Соціальна реклама: держзамовлення, ринок маркетингових комунікацій чи сфера громадянської відповідальності суспільства / О. В. Курбан // Дзеркало тижня. — 2007. — 375 с.
7. Федотова Л. Н. Социология рекламной деятельности / Л. Н. Федотова. — М. : Гардарики, 2002. — 271 с.
8. Culture, Society and the Media. Ed. by M.Gurevitch et al. — London ; New York : Routledge, 1995. — 317 p.
9. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society // Mass Communications / Ed. By Schramm W. Urbana.1999. — 415 p.

#### References

1. Pro reklamu: Zakon Ukrainy vid 03.07.96 r. // Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. — 1996. — № 39. St. 191
2. Afanasyev V. T. Sotsialnaya informatsiya i upravleniye obshchestvom / V. T. Afanasyev. — M. 1975. — 375s.

3. Barazgova E. S. Amerikanskaya sotsiologiya (traditsii i sovremennost). Kurs lektsiy / E. S. Barazgova. Ekaterinburg: «Delovaya kniga», Bishkek: «Odyssey», 1997. — 176 s.
4. Batygin G. S. Lektsii po metodologii sotsiologicheskikh issledovaniy : ucheb. dlya stud. / G. S. Batygin. — M., 1995. — 286 s.
5. Gazizova V. L. Otsenka vozdeystviya reklamy na obshchestvo: sotsialnyye aspekty (po materialam issledovaniy v g. Yoshkar-Ola) / V. L. Gazizova A.Z.Gilmanov // Sb. nauch. tr. ISEPN ANT. — Kazan, 2004. — 165 s.
6. Kurban O.V. Sotsialna reklama: derzhzhamovlennia, rynek marketynhovyykh komunikatsii chy sfera hromadianskoi vidpovidalnosti suspilstva / O.V. Kurban // Dzerkalo tyzhnia. — 2007. — 375 s.
7. Fedotova L. N. Sotsiologiya reklamnoy deyatelnosti / L. N. Fedotova. — M. : Gardariki, 2002. — 271 s.
8. Culture, Society and the media. Ed. by M.Gurevitch et al. London ; New York : Routledge, 1995. — 317 p.
9. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society // Mass Communications / Ed. by Schramm W. Urbana. 1999. — 415 p.

UDC 007:316.77

## **SOCIAL ASPECTS OF ADVERTISING ACTIVITIES REGULATION: THE CASE OF INTERNATIONAL EXPERIENCE**

**Tolok Ye. V.**, postgraduate student, Kyiv National University of Culture and Arts,  
Kyiv

*evgeshka1@inbox.ru*

**The aim** of this paper is to analyze social regulation of advertising activities: the case of international experience. The author determines the impact of advertising on society and children and identifies violations of social space of the society.

**Research methodology.** Several reports, theses, scholarly journals and newspaper articles of Ukraine, Russia, Great Britain and the United States have been examined.

**Results.** The results of the recent global studies reveal the essence of the concept of “advertising” and “advertising activities”, certain characteristics of different types advertising. The article analyzes the impact of advertising on society and children; adolescents are not able to filter the information that is sent to them properly. The need for state control over the advertising regulation is to be established, the basic principles that an advertiser should follow are legality, accuracy, reliability. Application forms and tools must not cause moral, physical or mental harm to a consumer (Part 1 of Article 7 of the Law of Ukraine “On Advertising”). Several basic models of international advertising regulation and other state agencies are considered. On the basis of summarized features of advertising worldwide it is necessary to study international experience for future applying in the practice of public administration in Ukraine.

**The novelty** of this paper lies in the consideration of social regulation of advertising.

**The practical significance.** The author describes the problem of social regulation of advertising activities and outlook in this area for future applying.

**Key words:** *advertisement, advertising activities, social regulation, international experience, international regulations, foreign studies.*

Надійшла до редколегії 25.02.2015 р.

УДК 007: 304: 004.9

**Л. В. Бадюл**, аспірант, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

### **МОДЕЛЮВАННЯ ПРОТЕСТНОГО ІМІДЖУ В СОЦМЕРЕЖАХ: ТЕНДЕНЦІЙ І ЗАКОНОМІРНОСТІ**

Розкриваються закономірності процесу формування протестного іміджу в соціальних мережах. Виокремлено ключові тенденції етапу моделювання протестного іміджу в контексті виникнення якісно нових властивостей соціальної поведінки учасників інтернет-комунікації. Готова модель суспільної поведінки стає своєрідним кодовим закликком для засвоєння й активізації потрібного типу поведінки у свідомості інтернет-аудиторії. Означені наукові розвідки загального процесу сучасного соціального інжинірингу набувають актуальності в соціальному контексті з яскраво вираженим суспільно-політичним бекграундом.

**Ключові слова:** *протестний імідж, протестна комунікація, політична участь, соціальні мережі.*

**Л. В. Бадюл**, аспирант, Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев

### **МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОТЕСТНОГО ИМИДЖА В СОЦСЕТЯХ: ТЕНДЕНЦИИ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ**

Раскрываются закономерности процесса формирования протестного имиджа в социальных сетях. Выделены ключевые тенденции моделирования протестного имиджа в контексте появления качественно новых свойств социального поведения участников интернет-коммуникации. Готовая модель общественного поведения становится своеобразным кодовым призывом для усвоения и активизации нужного типа поведения в сознании интернет-аудитории. Рассмотренные научные исследования об общем процессе современного социального инжиниринга приобретают актуальность в социальном контексте с ярко выраженным общественно-политическим бэкграундом.

**Ключевые слова:** *протестный имидж, протестная коммуникация, политическое участие, социальные сети.*

**L. V. Badiul**, postgraduate student, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

### **MODELING THE PROTEST IMAGE IN SOCIAL NETWORKS: TRENDS AND PATTERNS**

The article reveals the patterns of the protest image formation process in social networks. The author determines the key trends of modelling the protest image in the context of studying the new aspects of social behaviour of the Internet communication participants. The complete model of social behaviour becomes a kind of appeal code for mastering and activating the desired model in the minds of Internet audience. The analysis of protest image modelling as a communication phenomenon provides the basis for a wide range of varied research in the general process of modern social engineering and acquires acute relevance in the social context of a strong social and political backgrounds.

**Key words:** *protest image, protest communication, political participation, social networks.*

**Постановка проблеми.** Сучасні науковці стверджують, що соціальні мережі сприяють, по-перше, організації соціальних комунікацій, по-друге, реалізації базових соціальних потреб, таких як: спілкування, повага, можливість висловити свою індивідуальну позицію щодо тих чи інших важливих питань. Для протестної комунікації цей фактор відіграє принципову роль, а тому *актуальним* завданням дослідження комунікаційних особливостей соціальних мереж є виявлення специфіки моделювання протестної поведінки як основи трансформації в активний соціальний процес.

#### **Аналіз останніх досліджень.**

У сучасній науковій літературі ґрунтовних досліджень аспектів моделювання протестних настроїв у соціальних мережах не здійснено. Однак питання впливу комунікаційного поля соціальних мереж на суспільно-політичні настрої їхніх користувачів цікавлять деяких вітчизняних і зарубіжних дослідників. Серед наукових розвідок зарубіжних дослідників принципові положення про взаємозв'язок політичних протестів та соціальних мереж слід виокремити праці Р. Бута [2], Д. Губанова, Д. Новікова, А. Чхартішвілі [3], О. Довженка [4], О. Кисельова [5], Г. Почепцова [8]. Аспекти психології поведінки учасника масових протестів аналізуються в розвідках Е. Ноель-Нойман [7], Г. Тарда [10]. О. Гримов [2], О. Колосов [6] розглядають комунікаційні особливості аспектів самопрезентації особистості у віртуальному середовищі.

**Мета статті** — виокремити основні тенденції та закономірності процесу моделювання протестного іміджу серед широкої аудиторії користувачів соціальних мереж. Принципово важливим у цьому контексті є дослідження аспектів виникнення якісно нових властивостей поведінки їхніх активних користувачів.

Закономірно, що в процесі моделювання комунікаційної ситуації, яка базується на взаємовпливі її членів до уваги беруться передусім фактори, запропоновані самим комунікаційним середовищем, тобто соціальною мережею. Відповідно до них, виявимо певні особливості того, яким чином будується модель протестного іміджу сучасного користувача соціальної мережі.

Вивчення таких аспектів соціального інжинірингу, як формування громадської думки та поширення протестних настроїв з метою глобальних системних суспільних перетворень, неможливе без урахування особливостей, про які ще в середині ХХ ст. писала німецький соціолог Е. Ноель-Нойман. Аналізуючи взаємозв'язки між масовою комунікацією, міжособистісною комунікацією і тим, як індивід співвідносить власну думку з позиціями свого оточення, вона запро-

понувала концепцію «спіралі мовчання». Сутність положень цієї концепції, згідно з поясненням науковця, можна трактувати таким чином: людина не хоче перебувати в соціальній ізоляції в будь-яких її проявах, а тому, коли відчуває, що її думка не відповідає думці більшості, то, зазвичай, намагається не висловлювати публічно власних поглядів. І, навпаки: той, хто поділяє свої погляди із більшістю, дедалі активніше обстоюватиме такі позиції. Така поведінка зумовлює те, що останні є сильнішими, а перші — слабшими, ніж це є насправді. Страх соціальної ізоляції є рушійною силою, що розкручує т. зв. «спіраль мовчання» [7, с. 110].

Тому очевидним є той факт, що аспект наявності лідера думок у такому середовищі, як соціальна мережа, спричиняє особливі комунікаційні тенденції в протестному суспільному контексті. Тему лідерства думок і близьких до неї понять у дослідженнях віртуального простору розкривають немало вітчизняних і зарубіжних дослідників. Учений Г. Тард у студіях із психології має та теорії наслідування в середині XIX ст. писав про «вожаків зграї, котрі впливають на поведінку інших її членів» [10].

Дослідник О. Кисельов зауважує, що в інтернет-середовищі лідери суспільних думок схильні проявляти особливі риси залежно від того, як змінюється середовище їхнього функціонування. У такому зв'язку з посиланням на теоретичні розвідки І. Сакіма фахівець описує аспекти лідерства, акцентуючи на категорії «**енфлюентіалів**». Під цим терміном розуміється односторонній вплив авторитетних думок на масову аудиторію, в результаті чого енфлюентіал стає агентом активних соціальних змін.

Екстраполювавши такі наукові розвідки на політичну комунікацію, дослідник О. Кисельов висловив припущення, що в цій комунікаційній площині існує група осіб, яка спеціально висловлює думки з метою впливу на оточення, зокрема за допомогою розміщення й передачі інформації новими засобами комунікації. Цю групу агентів О. Кисельов назвав «**політфлюентіалами**» (калька від скорочення англійських слів «political influential» — вплив у політиці) [5, с. 25]. Очевидним є той факт, що в умовах інтернету, основний вплив мають саме авторитет і знання, а не безпосередні дії влади, оскільки, як зазначалося вище, інтернет-спільнота утворює таке комунікаційне поле, яке базується на засадах вільного від втручання провладних сил простору.

Політфлюентіал є авторитетним носієм незалежного експертного знання і має повагу свого оточення завдяки впевненості в істинності такої інформації. Будучи людьми, які постійно висловлюють

свої погляди стосовно тих чи інших політичних подій та явищ, політфлюентіали, на думку фахівця, беруть активну участь в інформаційній взаємодії, поєднуючи он-лайн-, і оффлайн-участь [5, с. 26].

Активним політфлюентіалом стає, згідно з визначенням дослідника, молода людина віком до 35 років з вищою освітою та стабільною постійною або тимчасовою роботою, середнім у країні рівнем матеріальних доходів на кожного члена сім'ї. Політфлюентіал, зазвичай, має стаж користувача інтернету більше трьох років і щодня проводить у мережі більше однієї години для моніторингу останніх політичних новин.

Відповідно до вищесказаних думок політолога, саме політфлюентіали здатні стати елементом ефективної комунікації між органами державної влади і суспільством для спонукання пересічних громадян до конвенційної політичної участі.

Утім, О. Довженко наводить інші аргументи, що обстоюють ідею докорінно нового способу сприйняття резонансної інформації сучасною аудиторією інтернет-мереж. Він вважає, що для сучасного читача/глядача/слухача вже практично не існує медійних авторитетів «на високих п'єдесталах». Нормою для нього є ситуація, коли зірки екрана чи газетних шпальт у соціальних мережах перебувають «на відстані одного кліка» [4]. На думку експерта, аудиторію абсолютно не цікавить монологічна форма комунікації, коли немає змоги розпочати дискусію, висловити свою думку або хоча б «лайкнути» той чи інший пост. Сучасний користувач соціальних мереж звик до двосторонньої комунікації з джерелами інформації та миттєвого зворотного зв'язку й очікує на реакцію. Отже, здобути прихильність публіки, як наголошує дослідник, можна лише «зафрендившись» із нею.

### **Основні результати дослідження.**

Отже, означені теоретичні узагальнення про тенденції суспільної комунікації у віртуальному середовищі надають підстав виокремити принципову особливість процесу моделювання протестного іміджу: **орієнтація масового користувача на інформаційний авторитет.**

Розглядаючи політичну комунікацію в соціальних мережах як багатоступеневий комунікаційний процес, що відбувається під впливом лідерів думок, слід звернути увагу на способи моделювання протестного іміджу сучасного користувача соціальної мережі.

Проявляючись і функціонуючи за законами психології мас, протестна поведінка індивіда базується на актуалізації нового набору соціальних смислів. У контексті загострення сучасних суспільно-політичних процесів дослідник Г. Почепцов використовує термін «смысловая війна». Згідно з версією фахівця, ця війна як новий тип

ефективна саме в когнітивному просторі, а тому її можна охарактеризувати, як когнітивну. Ключовою її прикладною метою є зміна свідомості. Незважаючи на те, що інформаційна війна так само змінює суспільну свідомість, вона є достатньо обмеженою і тактичною, порівняно зі смисловою війною. Г. Почепцов підкреслює особливу роль інтернет-комунікації, зазначаючи, що смислова війна діє не в інформаційному, а у віртуальному просторі, а тому її дії — довготривалі і стратегічні [8].

Базуючись на твердженнях Г. Почепцова про те, що інформаційна війна змінює факти, а смислова — правила гри, можна припустити, що моделювання протестного іміджу для сучасного користувача соціальних мереж — зразок **моделювання смислів нового типу**.

Смисли нового типу є формами мислення, за допомогою яких соціальний суб'єкт може описувати й пізнавати реальність та своє існування в ній, формуючи єдність з іншими суб'єктами — носіями подібного соціального досвіду. У контексті таких міркувань означеними соціальними смислами можна називати масові протестні рухи, що виникають на теренах віртуального середовища.

Принципово важливою є особа комуніканта, котрий, власне, стає й активним носієм протестного іміджу, і його популяризатором серед широкої аудиторії соціальної мережі. Сприймання власного «я» як соціально-культурного конструкта відбувається завдяки комунікації, в якій ми конструємо *свою* соціальну реальність.

Розуміння особливостей процесу конструювання сучасного протестного іміджу в соціальних мережах неможливе без урахування принципової тенденції, що змінює призму бачення комунікації в кіберпросторі: якщо раніше дослідники віртуального середовища свідомо наголошували на аспекті анонімності учасника інтернет-комунікації як спробі втечі від реальності, то наразі маємо справу з протилежним — у сучасних соціальних мережах спостерігається **відкрите прагнення до репрезентації своїх справжніх намірів**. Для соціально-комунікаційних досліджень, де наявність суспільно-політичного бекграунду відіграє ключову роль, подібна тенденція вможливорює створення різновекторних розвідок.

У межах дослідження зазначимо, що в процесі моделювання політичних настроїв політичне самоствердження особистості подібно до основних трендів, про які йтиметься далі. Зазвичай, самопрезентація в соціальних мережах є соціальною, що відображається у відкритій демонстрації користувачем на своїй сторінці (аккаунті) власного соціального статусу, рівня освіти, соціального оточення [2]. Інакше кажучи, користувач прагне максимально ефективною інтеграції в завдяки планомірному впливові на враження іншого про себе.

Екстраполоючи такі думки на площину протестної комунікації, зауважимо: політично активна в соціальній мережі особистість «підлаштовується» під певні комунікаційні контексти середовища і за допомогою різних дискурсивних практик починає керувати враженнями інших користувачів зі свого соціального оточення.

Цілком очевидно, що в основі формування сприятливого іміджу, який сприймається, засвоюється і в подальшому може наслідуватися широкими масами — **прагнення сподобатися й набути соціального схвалення**.

Політично активна ідентичність здатна мотивувати людей до моделювання протестних настроїв, які починаються з активного обговорення новин у коментарях на форумах та в соціальних мережах.

Британська газета «The Guardian» опублікувала подробиці масштабного експерименту, який презентує особливості маніпуляції інформацією, що розміщується на сторінках користувачів соціальних мереж. Моніторинг 689 тис. персональних сторінок аккаунтів користувачів мережі Facebook виявив, що публікація (пост) тієї чи іншої інформації на особистій сторінці може призводити погіршення або поліпшення емоційного самопочуття через процес «емоційного зараження».

У колективному дослідженні вчених із Корнельського університету й університету Каліфорнії виявлено закономірності впливу фільтрації стрічки публікації користувача Facebook на аудиторію його друзів та підписників. У разі збільшення фото-, відео- та текстових матеріалів негативного емоційного змісту в стрічці новин певного користувача фіксувалося зменшення записів позитивної тональності аудиторії друзів цієї персони. Другий тест довів протилежне: збільшення постів у позитивному ключі здатне мінімізувати негативні повідомлення, які публікує на своїх сторінках аудиторія друзів та підписників.

На основі результатів експерименту вчені дійшли висновку: емоції друзів, висловлені в соціальних мережах, здатні впливати на особисті настрої. Цей факт, згідно з їхнім твердженням, стає першим емпіричним аргументом теорії про масове емоційне зараження в соціальних мережах [2].

Логічно припустити, що означена тенденція, виявлена зарубіжними вченими, може чітко простежуватися й у площині протестної комунікації в соціальних мережах. У зв'язку із цим уважаємо, що **масове емоційне зараження протестними настроями** аудиторії соцмереж відіграє головну роль у моделюванні ними власного протестного іміджу.



Закономірність сили впливу маніпуляції давньовідома — ефективність буде тим вищою, чим ближчих й значущих мотивів й потреб людини вона зачіпає. Досліджуваний аспект вираження протестних настроїв може стосуватися кожного рівня ієрархії системи потреб, запропонованої А. Маслоу. У зв'язку із цим слушним є зауваження про те, що найбільше сугестивному впливу піддається аудиторія, яка прагне вирішити важливі проблеми. Саме таким чином пояснюється мотивація вираження власних позицій — активізацією протестних дискурсів. Відповідно до Л. Компанцевої, М. Присяжнюк, Є. Скулиша, сугестивна комунікація в інтернеті найефективніше здійснюється в тому мережевому середовищі, де «інтерактивні відносини налаштовані на довіру, симпатію, співчуття й розуміння, які знижують рівень критичності у сприйнятті інформації» [9, с. 171], слушно стверджувати, що результатом таких комунікацій стає стихійна масова поведінка, в якій учасник діє практично без усвідомлення особистого контролю над ситуацією.

Згідно із загальною ідеєю, яку можна сформулювати гаслом: «хто формує символічні системи — той устанавлює владу», уважаємо, що моделювання символів є складовою загального процесу моделювання протестного іміджу в системі завдань з комунікаційного інжинірингу. Здатність нових символів докорінно трансформувати комунікацію стає принципово новим трендом у такому нестандартному комунікаційному середовищі, як масовий протест, що, водночас, безпосередньо відображається у формах його прояву.

Параметри віртуального середовища, де зароджується протестна комунікація, зумовлюють посилення акцентів на використанні різноманітних лінгвістичних особливостей утілення її форм, на які слід звернути особливу увагу.

Л. Компанцева, М. Присяжнюк, Є. Скулиш виокремлюють деякі лінгвістичні прийоми маніпулювання вербальною комунікацією:

- *конкретність та образність ключових слів* в інтернет-дискурсах;
- *емоційне перенасичення тексту* — численні прикметники, порівняння, метафори та інші образні засоби;
- *використання риторичних запитань*, які спонувають читача до потрібних відповідей: «Невже Ви зможете промовчати?»;
- *уживання наказових конструкцій*, що особливо дієво для посттоталітарного співтовариства: «Не дозволяйте себе обманювати!»;
- *використання лінгвістичних структур єдності, довіри*: «Разом — ми сила!»;
- *експлуатація ідеї «кола своїх»*, навмисне долучення до нього відвідувачів мережевого ресурсу [9, с. 175].

Це комунікаційне поле є поєднанням платформ інформаційного трафіку, а тому поряд із вербальним елементом комунікації візуальний складник — не менше важливий атрибут політичної комунікації мережевого співтовариства: сучасні екранні технології, які одночасно апелюють до двох органів чуття, уможливають створення керованого механізму комплексного впливу на чуттєвий світ людини в її повсякденних діях [6].

Важливим моментом, на який слід звернути увагу під час дослідження формування моделі протестної поведінки в соціальній мережі, є спосіб структурування візуального потоку в стрічці новин, його семантика, риторика і прагматика.

Як і телевізійний контент, інформаційний у сучасних соціальних мережах насичений візуальною риторикою, позиціює надлишок емоційно насичених візуальних образів і текстів, що диференціюються відповідно до зростаючої фрагментації зацікавленості інтернет-аудиторії в нагальних суспільних проблемах. При цьому, на відміну, наприклад, від вербальних кодів, таке перенасичення соцмережі мультимедійним контентом потребує від її користувачів мінімальних навичок дешифрування візуальних компонентів.

Пояснюючи специфіку впливу візуальної образності, Ж. Бодрійяр свого часу висловив критичний філософський погляд: «Світ, відображений камерою, — уже не той, яким він був раніше. Він змінюється в той самий момент, коли його фотографують. (...) Я вважаю, що будь-яке зображення — частково обманка. Гра видимості і бачення... Не реальність, яка грає із симулякром, а симулякри, які грають самі із собою, — і тому що відсилають до чогось іншого» [6].

Віртуальна образність здатна випереджати створення внутрішніх образів людей, витіснити здатність до самостійного їх конструювання і залишати лише право на бажання, пошук, вибір та емоційну реакцію. «Візуальна домінанта віртуальної образності сприяє міфологізації об'єктів презентації, причому, це відбувається не тільки щодо товарів у рекламі, а й стосовно людей, культур і етносів» [6].

Таким чином, ефект сучасної візуальної складової в комунікації в протестному середовищі втілюється в можливості швидкого «вмонтовування» картинки у свідомість активного користувача мережі, котрий споживає мультимедійний контент. Динамічне за своїм змістом зображення протестних дій, що публікується у френдстрічці, демонструє вже готову модель суспільної поведінки, стає своєрідним кодовим закликком для засвоєння й активізації потрібної моделі у свідомості інтернет-аудиторії. Конвергентність технічних особливостей соціальної мережі — поєднання мультимедійних елементів

у вибудовуванні інформаційного потоку здатне максимально ефективно моделювати той чи інший аспект протестного іміджу.

### **Висновки.**

Моделювання протестного іміджу для сучасного користувача соціальних мереж є зразком моделювання смислів нового типу, якими можуть стати масові протестні рухи. Постать лідера суспільних думок є визначальним фактором, який здатен задавати тон для подальшого формування тих чи інших настроїв серед широкого кола інтернет-аудиторії і долучення різноманітних груп населення до активної взаємодії.

Моделювання символів — складова загального процесу моделювання протестного іміджу в системі завдань із комунікаційного інжинірингу. Параметри віртуального середовища, де зароджується протестна комунікація, зумовлюють посилення використання різноманітних лінгвістичних та візуальних компонентів, завданням яких стає «вмонтовування» потрібної картинки у свідомість активного користувача мережі. При цьому масове емоційне зараження протестними настроями аудиторії користувачів є однією з дієвих технологій формування протестного іміджу.

### **Перспективи дослідження.**

Наразі особливу актуальність для царини соціально-комунікаційних розвідок становить вивчення ефективності маніпулятивних технологій у процесі створення масового іміджу протестного натовпу. Планується детальне вивчення особливостей практичної реалізації новоствореного іміджу учасників суспільної комунікації та його «ефектів» у соціальних процесах.

### **Список використаних джерел**

1. Бут Р. Facebook показывает ленты новостей эксперимент, чтобы контролировать эмоции [Электронный ресурс] / Роберт Бут. — Режим доступа: <http://www.theguardian.com/technology/2014/jun/29/facebook-users-emotions-news-feeds> (дата звернення: 27.09.2014). — Загл. с экрана.
2. Гримов О. А. Самопрезентация и самоидентификация личности в социальных сетях [Электронный ресурс] / О. А. Гримов. — Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/6\\_PNI\\_2013/Psihologia/12\\_129127.doc.htm](http://www.rusnauka.com/6_PNI_2013/Psihologia/12_129127.doc.htm). — Загл. с экрана.
3. Губанов Д. А. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / Д. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили ; под ред. чл.-корр. РАН Д. А. Новикова. — М. : Изд-во физ.-мат. лит., 2010. — 228 с.
4. Довженко О. Соціальні медіа як середовище нової медіакритики [Електронний ресурс] / О. Довженко. — Режим доступа: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytika/sotsialni-media-yak-seredovysche-novoyi-mediakrytyky.html>. — Назва з екрана.
5. Киселев А. А. Политическое участие в интернете : автореф. дисс. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / А. А. Киселев. — Краснодар, 2007. — 31 с.

6. Колосов А. В. Візуальні комунікації в соціально-політичних процесах [Електронний ресурс] / А. В. Колосов. — Режим доступу: [http://refs.co.ua/56456Vizual\\_nye\\_kommunikacii\\_v\\_social\\_no\\_politicheskikh\\_processah.html](http://refs.co.ua/56456Vizual_nye_kommunikacii_v_social_no_politicheskikh_processah.html). — Назва з екрана.
7. Нозль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания : пер. с нем. / Э. Нозль-Нойман ; общ. ред. и предисл. Н. С. Мансурова. — М. : Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. — 352 с.
8. Почепцов Г. Операторы смыслов и конструкторы смыслов [Электронный ресурс] / Г. Почепцов. — Режим доступа: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/32630> (дата звернення: 27.09.2014). — Загл. с екрана.
9. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / [В. М. Петрик та ін. ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша]. — 2-ге вид. — Київ : ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. — 248 с.
10. Теория подражания Г. Тарда [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://socio.rin.ru/cgi-bin/article.pl?id=1174>. — Загл. с екрана.

### References

1. But R. Facebook pokazyvaet lentu novostey eksperiment, chtoby kontrolirovat emotsii [Elektronnyi resurs] / Robert But. — Rezhim dostupa: <http://www.theguardian.com/technology/2014/jun/29/facebook-users-emotions-news-feeds> (data zvernennya: 27.09.2014). — Zagl. s ekrana.
2. Grimov O. A. Samoprezentatsia i samoidentifikatsia lichnosti v sotsialnykh setiakh [Elektronnyi resurs] / O. A. Grimov. — Rezhim dostupa: [http://www.rusnauka.com/6\\_PNI\\_2013/Psihologia/12\\_129127.doc.htm](http://www.rusnauka.com/6_PNI_2013/Psihologia/12_129127.doc.htm). — Zagl. s ekrana.
3. Gubanov D.A. Sotsialnye seti: modeli informatsionnogo vliianiia, upravleniia i protivoborstva / D. A. Gubanov, D. A. Novikov, A. G. Chhartshvili ; pod red. chl.-korr. RAN D. A. Novikova. — M. : Izd-vo fiz.-mat. lit., 2010. — 228 s.
4. Dovzhenko O. Sotsialni media yak seredovishe novoyi media kritiki [Elektronnyi resurs] / O. Dovzhenko. — Rezhim dostupu: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/sotsialni-media-yak-seredovyshe-novoyi-mediakrytyky.html>. — Nazva z ekrana.
5. Kiselev A. A. Politicheskoe uchastie v internete : avtoref. diss. ... kand. polit. nauk: 23.00.02 / A. A. Kiselev. — Krasnodar, 2007. — 31 s.
6. Kolosov A. V. Vizualni komunikatsii v sotsialno-politichnikh protsesakh [Elektronnyi resurs] / A. V. Kolosov. — Rezhim dostupu: [http://refs.co.ua/56456Vizual\\_nye\\_kommunikacii\\_v\\_social\\_no\\_politicheskikh\\_processah.html](http://refs.co.ua/56456Vizual_nye_kommunikacii_v_social_no_politicheskikh_processah.html). — Nazva z ekrana.
7. Noelle-Neumann E. Obshchestvennoe mnenie. Otkrytie spirali molchaniia : per. s nem. / Elisabeth Noelle-Neumann ; obshch. red. i predisl. N. S. Mansurova. — M. : Progress-Akademiya, Ves Mir, 1996. — 352 s.
8. Pocheptsov G. Operatory smyslov i konstruktory smyslov [Elektronnyi resurs] / G. Pocheptsov. — Rezhim dostupa: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/32630> (data zvernennya: 27.09.2014). — Zagl. s ekrana.
9. Suhestyvni tehnologii manipulyativnoho vplyvu : navch. posib. / [V. M. Petryk ta in. ; za zah. red. E. D. Skulysha]. — 2-he vyd. — Kyiv : ZAT «VIPOЛ», 2011. — 248 s.
10. Teoriia podrazhaniia G. Tarda [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupa: <http://socio.rin.ru/cgi-bin/article.pl?id=1174>. — Zagl. s ekrana.

---

UDC 007:304:004.9

## **MODELING THE PROTEST IMAGE IN SOCIAL NETWORKS: TRENDS AND PATTERNS**

**Badiul L. V.** postgraduate student of the Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

*e-mail: lbadyul@gmail.com*

**The object** of the study is modeling the protest behavior in the social networks as a basis for development of the active social process.

**The purpose** of the study is to identify the patterns and trends of the process of modeling the protest image among the wide audience of social networks users.

The study of the protest image formation in the social networks was based on the use of scientific methods of analysis and synthesis, and empirical methods of observation and description of communication phenomena.

**Results and conclusions.** Theoretical generalizations on the specificity of social communication in a virtual space distinguish fundamental feature of the modeling process of protest image focusing on the mass user information credibility.

Dynamic images of the protest actions published in the news demonstrate a complete model of social behavior and becomes a kind of appeal code for mastering and activating the desired model in the minds of Internet audience.

**The practical significance.** The analysis of modeling the protest image as a communication phenomenon provides the basis for a wide range of varied research in the general process of modern social engineering, acquiring relevance in the social context of a strong social and political backgrounds.

**Key words:** *protest image, protest communication, political participation, social networks.*

Надійшла до редколегії 16.03.2015 р.

УДК 316.772.4

**І. В. Кулинич**, аспірант, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

### **ПРИРОДА ЕМОЦІЙНОГО НАПОВНЕННЯ СТЕРЕОТИПУ**

Розглянуто емоційну складову стереотипів, її функції, роль у поведінці людини. Досліджено появу та закріплення емоцій у контексті механізму виникнення і функціонування стереотипів. Проаналізовано емоційне сприйняття об'єкта і емоційні переживання. Охарактеризовано основні емоційні стани і почуття, що є складовими неконструктивних стереотипів міжособистісної взаємодії, а саме: нерозуміння, домінування, підпорядкування «сильному», пошуку «винного», прискіпливого ставлення до «своїх» і «чужих», агресивного придушення «слабкого». Окреслено функцію стереотипних емоційно насичених реакцій.

**Ключові слова:** *стереотип, емоція, емоційний стан, формування стереотипу, міжособистісна комунікація.*

**І. В. Кулинич**, аспирант, Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев

### **ПРИРОДА ЭМОЦИОНАЛЬНОГО НАПОЛНЕНИЯ СТЕРЕОТИПА**

Рассмотрено эмоциональную составляющую стереотипов, ее функции, роль в поведении человека. Исследовано появление и закрепление эмоций в контексте механизма возникновения и функционирования стереотипов. Проанализированы эмоциональное восприятие объекта и эмоциональные переживания. Охарактеризованы основные эмоциональные состояния и чувства, которые являются составными неконструктивных стереотипов межличностного взаимодействия, а именно: непонимания, доминирования, подчинения «сильному», поиска «виновного», пристрастного отношения к «своим» и «чужим», агрессивного подавления «слабого». Определены функции стереотипных эмоционально насыщенных реакций.

**Ключевые слова:** *стереотип, эмоция, эмоциональное состояние, формирование стереотипа, межличностная коммуникация.*

**I. V. Kulynych**, postgraduate student, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

### **THE NATURE OF EMOTIONAL CONTENT OF STEREOTYPES**

The article deals with the emotional component of stereotypes, its function and its role in human behaviour. The emergence and consolidation of emotions have been studied in the context of the mechanism of functioning and stereotypes. The emotional perceptions of the object and emotional stress have been analyzed. The basic emotional states and feelings as part of unconstructive attitudes of interpersonal interaction have been characterised, such as: stereotype of misunderstanding, dominance, submission to the "strong", search the "guilty", biased attitude to "insiders" and "outsiders", aggressive suppression of the "weak". The functions of stereotypical emotionally charged reactions have been outlined.

**Key words:** *stereotype, emotion, emotional state, stereotype forming, interpersonal communication.*

**Вступ.** Емоції — невід’ємна і важлива складова повсякденного життя — є мотиваторами поведінки людей, а також важливими між-особистісними маркерами, що інформують про стан їхніх відносин з іншими.

Постановка проблеми. Єдина специфічна ознака стереотипу, щодо якої існує майже загальна єдність, — це інтенсивність емоційного тла, що супроводжує його реалізацію. Природа емоційного наповнення стереотипу поки що майже не вичена, тому дослідження такого специфічного аспекту є значущим і актуальним.

**Останні дослідження та публікації.** Універсальну значимість емоцій у житті й діяльності людини підкреслювали дослідники протягом усієї історії розвитку психологічної науки. Р. Декарт стверджував, що «головна дія всіх людських емоцій» полягає в тому, що вони налаштовують душу і тіло людини, спонукають її до життя. Функція спонукання або активації організму до дії стала однією з характерних особливостей емоцій [3, с. 49].

*Емоції* — психічне відображення у формі безпосереднього, упередженого переживання життєвого сенсу явища і ситуацій, зумовленого відношенням їх об’єктивних властивостей до потреб суб’єкта [3, с. 24].

Загальні прояви емоцій та окремі емоційні стани мають функціональні специфічні характеристики, які докладно описуються в працях А. Бергсона, П. Жане, З. Фрейда, Е. Ліндемманна.

**Мета** дослідження — розглянути емоційну складову стереотипів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На наповненість стереотипу емоціями вказував ще У. Липпман: йому притаманні поєднання «різних видів відчуттів (зорових, слухових, смакових, нюхових, кінестетичних), емоцій і смислових асоціацій», а також здатність легко, але міцно закріплюватися в пам’яті [4, с. 174]. Другим аргументом на користь визначення стереотипу через образ є наявність у понятті «образ» емоційного виміру, такого важливого в стереотипі, на відміну від, наприклад, просто знання. Раціональне й емоційне в стереотипі поєднуються.

У структурі стереотипу виокремлюються складові: емоційна (містить позитивну або негативну інтерпретацію тих чи інших ознак), і пізнавальна, яка являє собою певний обсяг уявлень про об’єкт. У стереотипі означені компоненти не завжди залишаються стабільними: зміни емоційних оцінок відбуваються швидше, пізнавальної частини — повільніше, оскільки описова суть стереотипів є стабільнішою.

Єдина безперечна специфічна ознака стереотипу — це інтенсивність емоційного фону, що супроводжує його реалізацію. Природа емоційного наповнення стереотипу поки що майже не вивчена, однак

водночас можна виокремити дві основні точки зору. Стереотипи наповнені почуттями, вподобаннями, приязню або неприязню, асоціюються зі страхами, бажаннями, потягами, гордістю, надією. Об'єкт, що активізує стереотип, оцінюється у зв'язку з відповідними емоціями.

В одному разі емоційна насиченість стереотипу розглядається як прояв особистісних процесів і, відповідно, його стійкість пояснюється їхньою константністю. В іншому, — навпаки, емоційний заряд стереотипу пояснюється фактом його міцної фіксації в структурі особистості й, відповідно, залежить від глибини та ступеня стійкості самого стереотипу. Відповідно до першої точки зору, індивід дотримує стереотипу тому, що він виражає й захищає його особисті інтереси, відповідно до другої — оскільки стереотип виражає й захищає інтереси соціальної спільноти.

Передумови формування стереотипів містяться в минулому досвіді особистості. Пам'ять людини емоційно насичена інформацією про значимі ситуації.

Розглянемо механізм виникнення і функціонування стереотипів.

Відбувається певна зовнішня подія, яка не викликає жодних емоцій, — це лише факт. У результаті особистого враження від цієї події (того, що людина пережила, побачила або почула у зв'язку із цим) виникає певне відчуття. Якщо відбувається така сама або подібна подія, людина виокремлює зі своїх емоцій і переживань те почуття, яке вже пов'язане з нею. Після того, як це відбудеться автоматично кілька разів, починає формуватися певне переконання в цій сфері.

Людина продовжує звертати свою увагу і збирати різні «докази», що підтверджують її переконання, і дедалі більше зміцнює зв'язок «образ-емоція». Така реакція автоматично виникає на основі зв'язку «думка-почуття» і часто жодним чином не стосується конкретної ситуації [5, с. 91].

Різноманітні реакції організму на об'єкт або ситуацію пов'язані з виникненням емоцій. Це означає, що вони (об'єкт, ситуація) сприймаються не лише такими, якими є насправді, а й у своєму емоційному значенні. Наприклад, вівчарка сприймається не лише як собака, а і як хижак, котрий нам загрожує. Будь-який акт передбачає наявність стимулу й відповіді. Стимул супроводжується активацією, його вибір зумовлюється потягом, а форма відповіді (реакції), спосіб поведінки відображають взаємозв'язок між стимулом і відповіддю. Емоція виникає щоразу, коли задоволення потреби не відбувається, коли дія не досягає мети.

Емоція — це реакція індивіда на ті ситуації, до яких він не може адаптуватися. Фізіологу І. П. Павлову належить учення про динамічний стереотип — сталу систему реакцій-відповідей тварини і лю-



дини, яка відповідає певній комбінації зовнішніх сигналів [2]. У разі порушення стереотипу виникають ознаки емоції. Наприклад, коли людина може втекти, вона не відчуває емоції страху. Якщо не порушується динамічний стереотип реакцій (відповідність між стимулом і реакцією), емоцій не виникає.

Формування й закріплення в поведінці особистості емоційного стереотипу зазвичай свідчать про конфлікт між емоціями і соціальними умовами їхнього прояву.

Зважаючи на це, можна стверджувати, що емоційна складова стереотипів оцінює, сигналізує і спонукає до дії. Відомо, що в критичних умовах, зокрема в небезпечних, травматичних, несподіваних ситуаціях, виникають емоції, які спричиняють неконструктивні стереотипні дії. Утеча, заціпеніння, агресія тощо — це своєрідні «аварійні» способи вирішення ситуацій, вироблені людством у процесі його еволюційного розвитку. Якщо деякі стереотипні дії не завжди виправдані навіть у типових умовах, то під час людського спілкування їх недоречність очевидніша. Наприклад, це характерно для стереотипу, що склався впродовж мільйонів років — негайно віддалятися від того об'єкта, який викликає страх.

У цьому разі проявляється дезорганізуюча функція емоцій. Однак слід зважати на твердження про те, що сама по собі емоція дезорганізуючої функції не має. Порушення конструктивного спілкування є не прямим, а побічним результатом емоцій. Такі негативні прояви викликані тим, що емоції беруть участь у набутті й актуалізації індивідуального досвіду.

Емоції тісно пов'язані з усіма життєвими функціями організму. П. К. Анохін зазначав, що життєві потреби людини тісно пов'язані з емоційним тонутом. Емоції спонукають до діяльності й задоволення потреб, відображають суб'єктивне ставлення людини до навколишнього середовища і своєї особистості. Емоційні переживання сприяють формуванню особистості, її соціально-психологічної спрямованості [6, с. 184].

Роль емоцій, зокрема задовільного або поганого настрою, в поведінці людини відома давно. Одну з причин зіпсованого настрою Павлов убачав у порушенні динамічного стереотипу, розуміючи під цією назвою зафіксований умовно-рефлекторний механізм, що в дещо подібних умовах реагує однаково. Цей стереотип виявляється достатньо стійким [6]. Такі стереотипи можуть стосуватися не тільки малозначущих звичок, а й усталеного способу життя людини, її переконань, вірувань, поглядів, які складно переробляються, нелегко перебудовуються. Порушення таких стереотипів викликає почуття

невдоволення, поганого настрою аж до відчаю. Подібні негативні емоції виникають і в тому разі, коли вироблений людиною світогляд не відповідає реальній дійсності або з певних причин виявляється хибним. Зовсім інша річ, коли світогляд, звичка, ідея збігаються з дійсністю.

Стереотипи мислення настільки сильні, що сприймаються як беззастережна істина і не викликають сумнівів щодо правильності тих чи інших переконань. Іноді люди навіть можуть назвати це своїм характером або світоглядом. Чим більше буде пошуків для підтвердження своїх переконань, тим сильніше фіксуватиметься у свідомості автоматичний зв'язок «думка-почуття», тим однозначнішою буде поведінка.

Слід розглянути термін «стереотип» у співвідношенні з близькими за змістом категоріями: настанови, упередження і забобони. Розглянемо ці поняття на прикладі міжетнічних утворень, які містять емоційно-оцінне ставлення до різних етнічних груп і характеризують рівень готовності до відповідних поведінкових реакцій у міжетнічному спілкуванні. Етнічний стереотип являє собою, насамперед, «культурну» освіту, природну і неминучу доти, доки існуватимуть народи й етнічні групи. У свою чергу, упередження і забобони — це більше «соціальні» настанови: їх формування значною мірою залежить від конкретної суспільно-історичної ситуації. Упередження характеризуються негативним емоційним забарвленням і відповідає таким формам поведінки як уникнення спілкування або запобігання міжетнічним контактам у певних сферах життєдіяльності. Забобони, у свою чергу, позначені великою концентрацією негативних емоцій, надмірним вихвалюванням досягнень і якостей своєї нації в поєднанні із зарозумілим ставленням та неприязню до інших народів. Забобони не обмежуються стратегією уникнення, а проявляються в конкретних вчинках, що є дискримінаційними.

Важливість вивчення емоційної сфери особистості й афективної складової міжособистісної взаємодії визнають численні психологи. Проте донині маловивченими є питання, пов'язані із загальними особливостями мотивації та емоційної регуляції міжособистісних відносин. Продуктивне забезпечення останньої відбувається тільки в разі усвідомлення можливостей і обмежень усталених стереотипів міжособистісної взаємодії, підвищення чутливості до їх емоційної складової.

Основу емоційного компонента складають емоційне сприйняття об'єкта й емоційні переживання, які проявляються в колективних (групових) почуттях і настроях. Колективні (групові) почуття як певні переживання і колективні (групові) настрої як загальноемо-

ційний тривалий стан індивідів можуть мати позитивну чи негативну спрямованість, що, у свою чергу, проявлятиметься у вербальних і особливо невербальних оціночних судженнях.

Зміст емоційної складової неконструктивних стереотипів міжособистісної взаємодії — це складний комплекс негативних переживань, станів і почуттів. Домінуючими емоціями є: страх утрати важливих цінностей, а також почуття сорому, провини й образи, гніву, роздратування та агресії, жалості й жалю, зневіри, печалі тощо. Цей складний емоційний комплекс, часто неусвідомлений, є інтегральним чинником, що дестабілізує сімейні стосунки: викликає стан емоційної напруженості, скутості, недовіри, ворожості.

Основна емоційна складова неконструктивних стереотипів міжособистісної взаємодії — страх утрати важливих цінностей, а також інші емоційні стани і почуття.

Узагальнена характеристика емоційної складової стереотипів міжособистісної взаємодії та відповідних якостей особистості може бути такою.

Стереотип «нерозуміння» виявляється в тому, що людям незрозумілі поведінка і мотиви один одного, що викликає емоційне напруження. Характеризується недовірою, емоційною нестійкістю, агресивністю. Завищений рівень потреб, нестійка демонстративно висока самооцінка поєднуються з пасивно-захисною позицією, що спонукає до протидії зовнішнім впливам середовища.

Стереотип домінування («господар дому») проявляється в прагненні взяти владу у свої руки, керувати відносинами, відповідати за підлеглих, доводити свою перевагу. Характеризується оптимізмом поряд з емоційною нестійкістю, неусвідомлюваною тривожністю, напруженістю, агресивністю. Підвищений рівень потреб поєднується з нестійкою самооцінкою, демонстративністю, недовірливістю, надчутливістю до критичних зауважень, імпульсивністю реакцій, конфліктністю, активно-захисною позицією.

Стереотип підпорядкування «сильному» проявляється в схильності стримувати свої бажання і догоджати іншим, відмовитися від права бути самим собою. Характеризується страхом самотності й майбутнього; тривожністю, занепокоєнням, нервозністю та підозрілістю. Схильність до самозвинувачень поєднується з реакціями роздратованості, підозрілості, уразливості. Низький рівень потреб і нестійка завищена або занижена самооцінка поєднуються з почуттям невдоволеності, невпевненості в собі.

Стереотип пошуку «винного» проявляється в схильності до критики, осуду, скарг, звинувачень, характеризується ворожістю. Високий рівень домагань і нестійка самооцінка в ситуації конфлікту

зумовлюють схильність до критики, гніву, іронії та інших активних захисних реакцій.

Стереотип прискіпливого ставлення до «своїх» і «чужих» проявляється в схильності виправдовувати «одних» і звинувачувати «інших». Характеризується недовірливістю, настороженістю й уразливістю. Високий рівень потреб і нестійка самооцінка в ситуації конфлікту зумовлюють образу, роздратованість та інші пасивні захисні реакції.

Стереотип агресивного придушення «слабкого» проявляється в агресивних нападах на слабших: крику, скандалах, образах, побоях. Характеризується захисною агресивністю, почуттям ворожості, підвищеною вразливістю. Нестійка самооцінка поєднується з хворобливим почуттям самолюбства і власної гідності.

Стереотип «жертви» проявляється в схильності бути об'єктом агресивного придушення або нападу, безвихідно залежати від несприятливих обставин, переживати приреченість на нещастя, бідність, біль тощо. Характеризується високим рівнем тривожності, занепокоєнням, підозрілістю, страхом перед майбутнім, почуттям спустошеності, втоми, песимістичним настроєм. Нестійка самооцінка тісно пов'язана з невпевненістю в собі, схильністю до розчарувань. Уразливість, переважання мінорного тону настрою поєднуються зі схильністю до витісненого почуття образи і гніву.

Стереотип «відходу» проявляється в прагненні уникнути болючих контактів, характеризується високим рівнем тривоги, занепокоєнням, роздратованістю. Агресивність є захисною. Високий рівень домагань і нестійка самооцінка, невпевненість у собі й недовірливість зумовлюють схильність до жорсткої протидії.

Стереотипні емоційно насичені реакції, що актуалізуються в ситуації конфлікту, виконують захисну функцію, але при цьому блокують рефлексивні потенціали людини: перешкоджають усвідомленню існуючих відмінностей, знаходженню спільності поглядів і позицій, розумінню і шанобливому ставленню до цінностей та інтересів один одного.

Наприкінці ХХ ст. Форгас і його колеги повідомили про цікавий і важливий напрям досліджень, присвячених ролі емоції в процесі сприйняття іншої людини, міжгрупової дискримінації та стереотипних судженнях [5, с. 100].

На основі цих та аналогічних результатів науковець припустив, що роль емоції чи настрою в означених типах суджень може бути максимальною, коли учасники здійснюють субстантивну обробку інформації, яка потребує, щоб вони відбирали, засвоювали й інтерпретували нові стимули і зіставити ці дані з уже здобутими знаннями.

У психологічній науці відомим і визнаним є положення про те, що емоції оцінюють значимість того, що відбувається, і сигналізують про це суб'єкту, вказуючи на потребу, актуальну для тієї чи іншої ситуації. Відмінності в поглядах учених виявляються в процесі уточнення питань, що і як саме оцінюють емоції й на якій основі відбувається це оцінювання.

Слід підкреслити, що у звичайній ситуації емоції, актуалізуючи минулий досвід, допомагають передбачити події і знайти вихід зі сформованих обставин. Однак у критичних ситуаціях випереджальна функція емоцій може заблокувати евристичну: емоційна пам'ять інколи виводить людину на неконструктивні стереотипи.

Захисною функцією пояснюється й ще одна особливість стереотипу – його емоційна насиченість. Чим твердіше оцінка, тим більшу емоцію викликає будь-яка спроба сумніватися в ній, і, навпаки, чим інтенсивніше емоція, тим категоричніша її думка.

**Висновки.** Отже, виконуючи «смыслеотворюющую» і «випереджальну» функції, емоції впливають на можливі наслідки ситуації. Інтенсивні негативні переживання й почуття обмежують можливості людини використовувати спонтанні, адекватні конкретній ситуації способи взаємодії. Актуалізуються сталі неконструктивні стереотипи. Розуміння їх емоційної складової може допомогти запобігти конфлікту або конструктивно вирішити його.

Звісно, крім емоційного стереотипу, людина проявляє різні інші емоції, однак вони так чи інакше перебувають під впливом стереотипу, підпорядковані йому, подібні до нього.

Перспективи подальшого дослідження пов'язані з вивченням пізнавальної складової стереотипу.

### Список використаних джерел

1. Бартми́нский Е. Базовые стереотипы и их профилирование / Е. Бартми́нский // Стереотипы в языке, коммуникации, культуре : сб. ст. — М. : РГТУ, 2009. — С. 11–21.
2. Васин В. Динамический стереотип [Электронный ресурс] / В. Васин, Б. Кулик. — Режим доступа: <http://logic-cor.narod.ru/fenom4.htm/>. — Загл. с экрана.
3. Изард К. Э. Психология эмоций / К. Э. Изард. — СПб. : Питер, 2009. — 464 с.
4. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман ; пер. с англ. Т. В. Барчунова, под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. — М. : Ин-т Фонда Общественное мнение, 2004. — 384 с.
5. Нельсон Т. Психология предубеждений. Секреты шаблонов мышления, восприятия и поведения / Т. Нельсон. — СПб. : Прайм-Еврознак, 2003. — 384 с.
6. Пайнс Э. Практикум по социальной психологии / Э. Пайнс, К. Маслач — СПб. : Питер, 2003. — 528 с.

## References

1. Bartminskiy E. Bazovyvye stereotipy i ikh profilirovaniye / E. Bartminskiy // Stereotipy v yazyke, kommunikatsii, kulture : sb. statey. — M. : RGGU, 2009. — S. 11–21.
2. Vasin V. Dinamicheskiy stereotip [Elektronnyy resurs] / V. Vasin, B. Kulik — Rezhim dostupa: <http://logic-cor.narod.ru/fenom4.htm>
3. Izard K. E. Psikhologiya emotsiy / K. E. Izard. — SPb. : Piter, 2009. — 464 s.
4. Lippmann Walter. Obshchestvennoye mneniye / per. s angl. T. V. Barchunova, pod red. K. A. Levinson, K. V. Petrenko / Walter Lippmann. — M. : In-t Fonda Obshchestvennoye mneniye, 2004. — 384 s.
5. Nelson T. Psikhologiya predubezhdeniy. Sekrety shablonov myshleniya, vospriyatiya i povedeniya / T. Nelson. — SPb. : Praym-Evroznak, 2003. — 384 s.
6. Payns E. Praktikum po sotsialnoy psikhologii / E. Payns, K. Maslach — SPb. : Piter, 2003. — 528 s.

UDC 316.772.4

## THE NATURE OF EMOTIONAL CONTENT OF STEREOTYPES

**Kulynych I. V.**, postgraduate student, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

*arven2007@ukr.net*

**The aim** of the article is to examine the emotional content of stereotypes.

Research methodology. The works of psychologists and sociologists are considered, e.g. Walter Lippmann, Henri Bergson, Pierre Janet, Sigmund Freud, Erich Lindemann, I. Pavlov. Generalized descriptions of the emotional component of interpersonal interaction of stereotypes and the mechanism of functioning and attitudes have been reviewed.

**Results.** Emotions affect possible consequences of a situation. Intense negative emotions and feelings limit human ability to use spontaneous, appropriate ways of interacting in a particular situation. Therefore, steel unconstructive stereotypes are actualized. On the one hand, an individual keeps a stereotype because it expresses and defends its own interests, and on the other hand, a stereotype expresses and defends the interests of the social community. The emergence and fixing emotional stereotype of an individual in the behaviour usually indicates a conflict between emotional and social conditions of their manifestation.

It should be emphasized that in normal circumstances emotions actualize traces of past experiences, help to predict events and find a way out of the prevailing circumstances.

**Novelty.** The nature of the emotional content of stereotypes is not enough explored. It also helps to study the structure of a stereotype, namely its cognitive component.

**The practical significance.** Understanding the emotional component can help prevent a conflict or lead to a constructive solution.

**Key words:** *stereotype, emotion, emotional state, stereotype forming, interpersonal communication.*

Надійшла до редколегії 27.03.2015 р.

УДК 658.012.32:330.33.01

**О. О. Губарев**, кандидат економічних наук, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

**О. Г. Головкин**, кандидат економічних наук, доцент, Харківський інститут банківської справи УБС НБУ, м. Харків.

## **ДІАГНОСТИКА КРИЗОВОГО СТАНУ В РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Наведено модифіковане подання розмаху варіації для оцінки фінансової стабільності суб'єктів господарювання. Узагальнено сутність поетапного визначення оцінки фінансової стабільності суб'єктів господарювання. Запропоновано науково-методичний підхід до визначення кризових ознак у розвитку суб'єктів господарювання.

**Ключові слова:** *аналіз, суб'єкт господарювання, стабільність, кризові ознаки, розмах варіації.*

**А. О. Губарев**, кандидат экономических наук, доцент, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

**О. Г. Головкин**, кандидат экономических наук, доцент, Харьковский институт банковского дела УБС НБУ, г. Харьков

## **ДИАГНОСТИКА КРИЗИСНОГО СОСТОЯНИЙ В РАЗВИТИЕ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

Приведено модифицированное представление размаха вариации для оценки финансовой стабильности субъектов хозяйствования. Обобщена сущность поэтапного оценивания финансовой стабильности субъектов хозяйствования. Предложен научно-методический подход к определению кризисных признаков в развитии субъектов хозяйствования.

**Ключевые слова:** *анализ, субъект хозяйствования, стабильность, кризисные признаки, размах вариации.*

**О. О. Hubarev**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**О. Н. Holovko**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Kharkiv Institute of Banking of UBS NBU, Kharkiv

## **DIAGNOSTICS OF THE CRISIS STATE IN THE DEVELOPMENT OF BUSINESS ENTITIES**

The modified presentation of range of deviation to evaluate the financial stability of business entities is contributed. The essence of the phase estimation of financial stability of business entities is summarized. The scientific and methodological approach to determine the symptoms of crisis in the development of business entities is suggested.

**Key words:** *analysis, business entity, stability, crisis symptoms, range of deviation.*

**Постановка проблеми.** У будь-якому суспільстві як цілісній соціально-економічній системі, його окремих сферах або ланках кожної сфери час від часу відбуваються кризові явища, що загрожують існуванню самої системи. Найістотніше значення має подолання кризових станів суб'єктів господарювання, які становлять первинний ланцюг економіки держави. В Україні з переходом до ринкової економіки об'єктивно склалися умови порушення діяльності підприємств. Їх кризовий стан відображається в тому, що погіршуються фінансові результати їх діяльності, вони стають нездатними отримувати прибуток, наслідком чого може бути банкрутство. Незважаючи на те, що суб'єкти господарювання поступово долають кризу, цей процес потребує прискорення. Основним засобом виживання суб'єктів господарювання в таких умовах є антикризове управління, яке має ґрунтуватися на своєчасній діагностиці рівня та причин кризового стану і реалізації адекватних антикризових програм.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Нині проблемам виникнення та розвитку кризових явищ присвячено немало наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Найповніше питання сутності, ознак, видів та чинників кризи розкрито економістами країн СНД, такими як: В. Василенко, Е. Коротков, Л. Лігоненко, Л. Ситник, О. Терещенко, А. Чернявський, А. Чухно та ін. Серед досліджень, присвячених проблемам розвитку антикризового управління, доцільно виокремити розвідки таких українських та зарубіжних дослідників, як І. Алексєєв, А. Альтман, І. Бланк, Н. Єршова, М. Іванов, Т. Клебанова, Р. Келлер, В. Козик, М. Колісник, І. Кривов'язюк, О. Копилюк, О. Кузьмін, О. Мельник, О. Мороз, С. Паранчук, Й. Петрович, П. Перерва, Т. Таффлер, В. Туніков, Л. Федулова, А. Штангрет та ін. У працях згаданих вище авторів основну увагу зосереджено на визначенні методів та інструментів антикризового управління, а також розробленні теоретичних і практичних рекомендацій щодо діагностики кризового стану суб'єктів господарювання. Незважаючи на значну зацікавленість науковців до порушеної проблеми та численні праці, присвячені їй, деякі проблеми, пов'язані з розвитком антикризового управління, не вирішено. Подальшого аналізу потребує питання визначення ознак кризи в розвитку суб'єктів господарювання. Отже, вирішення зазначеної проблеми сприятиме не лише поліпшенню діяльності окремого суб'єкта господарювання, але й економіки країни загалом.

**Метою** статті є розробка науково-методичного підходу до визначення кризових ознак у розвитку суб'єктів господарювання.



**Виклад основного матеріалу дослідження.** Розвиток інструментарію аналізу стабільного функціонування суб'єктів господарювання має здійснюватися в напрямі розробки методичного підходу щодо отримання узагальненої оцінки фінансової стабільності розвитку конкретної сукупності досліджуваних суб'єктів. Тобто питання визначення такого підходу, насамперед, необхідно розглядати відповідно до тих показників господарської діяльності, які характеризують їх розвиток; відповідно до цього слід розглядати окремі індикатори під час розробки методичного підходу щодо визначення узагальненої оцінки фінансової стабільності суб'єктів господарювання.

До таких індикаторів належать, насамперед, внутрішні індикатори аналізу його розвитку. Визначення оцінки фінансової стабільності суб'єктів господарювання має базуватися на повноті врахування відповідних індикаторів та якості запропонованої оцінки.

Стосовно визначення системи індикаторів щодо розкриття узагальненої оцінки стабільного розвитку суб'єктів господарювання, необхідно зазначити:

– повнота оцінки функціонування суб'єкта господарювання є достатньо складним завданням, яке значною мірою визначається відповідно до можливого узагальнення різновидів стабільного розвитку суб'єктів господарювання. Зважаючи на те, що загалом господарську діяльність можна визначити як множину взаємопов'язаних перетинів основних її різновидів, одним з критеріїв повноти обрання системи індикаторів стабільного розвитку суб'єктів господарювання для визначення узагальненої оцінки є саме ті індикатори, які взаємопов'язані з означеними перетинами. Таким чином, під повнотою системи слід розуміти, насамперед, таку сукупність індикаторів, у якій без будь-яких можливих перетинів ураховано найважливіші аспекти діяльності суб'єктів господарювання щодо їх різновидів та напрямів. Утім, таку систему індикаторів можна замінити іншою, розширенішою, що не спростовує повноти обраної системи індикаторів, а лише визначає її різні ключові аспекти та відбиває загальну складність побудови повної системи індикаторів;

– слід зважати на те, що визначення системи індикаторів для аналізу має сприяти якості проведення такої оцінки. Тобто система індикаторів, визначені за їх допомогою оцінка та напрями впливу на діяльність суб'єктів господарювання не повинні погіршувати стабільного розвитку.

Якість оцінки стабільного розвитку суб'єктів господарювання доволі складно визначити з позицій безперервності стабільного розвитку. Це пов'язано з тим, що фінансова стабільність розвитку будь-

якого суб'єкта господарювання може мати змінні тренди впродовж усього терміну існування такого суб'єкта. Тому питання якості оцінки стабільного розвитку суб'єктів господарювання (точніше — визначення якості впровадження із цією метою методичного підходу) полягає в можливості розгляду узагальненої оцінки як засобу аналізу стабільного функціонування суб'єктів господарювання.

Таким чином, економічна спрямованість оцінки фінансової стабільності суб'єктів господарювання має бути як відображенням якісних змін у розвитку суб'єктів господарювання, так і засобом для можливого порівняння функціонування та розвитку суб'єктів господарювання з позиції різних часових інтервалів і обраних для визначення такої оцінки системи показників господарської діяльності.

Практичні та прикладні аспекти визначення оцінок фінансової стабільності суб'єктів господарювання засвідчили складність порушеного питання, під час вирішення якого слід зважати на окремі положення. При цьому необхідно зауважити, що зазвичай існує значна кількість підходів щодо розкриття сутності фінансової стабільності суб'єктів господарювання.

Отже, одне з головних питань, яке постає в процесі вирішення поставленого завдання, зокрема застосування різних підходів щодо оцінок фінансової стабільності банків — узагальнення динаміки конкретного показника діяльності суб'єктів господарювання. З економічної точки зору, означений аналіз передбачає визначення характерних ознак функціонування суб'єктів господарювання щодо конкретного показника його діяльності, що надає змоги вказати на наявні ознаки проблемності у відповідних рядах, опираючись на змістовності досліджуваного аспекту господарської діяльності. Інструментарієм вирішення такого завдання є застосування методів статистичного аналізу, де слід виокремити, передусім, різноманітні показники варіації часового ряду, яким і є ряд даних з обраної діяльності суб'єктів господарювання. Проте не всі показники варіації ряду можна застосовувати для здійснення відповідного аналізу. Недоречним є й обрання такого показника, як розмах варіації, для визначення фінансової стабільності суб'єктів господарювання. Це пов'язано з тим, що обчислення такого показника передбачає визначення різниці між максимальними та мінімальним значенням досліджуваного ряду. Однак при цьому максимальні й мінімальні значення ряду можуть необов'язково перебувати наприкінці та початку ряду. У модифікованому поданні розмах варіації ряду може бути придатним для узагальнення фінансової стабільності суб'єктів господарювання. Таку модифікацію доцільно визначити на основі останніх та початкових значень ряду:

$$\mathbf{R} = \mathbf{x}_1 - \mathbf{x}_k, \quad (1)$$

де  $\mathbf{R}$  – модифікований параметр розмаху варіації досліджуваного ряду даних;

$\mathbf{x}_1$  – початкове значення показника господарської діяльності досліджуваного інтервалу;

$\mathbf{x}_k$  – кінцеве значення відповідного показника досліджуваного інтервалу.

Загалом подання розмаху варіації в модифікованому вигляді відбиває зміст узагальнення фінансової стабільності суб'єктів господарювання.

Однак слід зауважити, що розкриття змістовності фінансової стабільності суб'єктів господарювання за допомогою модифікованого подання розмаху варіації внеможливіє об'єктивне порівняння такого розвитку між різними суб'єктами господарювання. Грунтовність такого зауваження базується на тому, що за формулою 1 визначаються абсолютні значення модифікованого подання розмаху варіації досліджуваного ряду. Ряди, які значно відрізняються між собою за абсолютними даними, матимуть значні розбіжності в значеннях модифікованого подання розмаху варіації, навіть у разі однакових тенденцій досліджуваних рядів даних. Це зумовлює визначення не абсолютного значення розрахункових показників, а відносного. Таким показником доцільно вважати значення модифікованого подання розмаху варіації відносно середнього значення досліджуваного ряду:

$$\mathbf{RV} = \frac{\mathbf{x}_1 - \mathbf{x}_k}{\mathbf{x}_c}, \quad (2)$$

де  $\mathbf{RV}$  – відносний параметр модифікованого подання розмаху варіації інтервалу, на основі якого визначається оцінка;

$\mathbf{x}_c$  – середнє значення відповідного показника на досліджуваному інтервалі.

Грунтовність такого переходу до відносних значень модифікованого подання розмаху варіації пов'язана з тим, що в цьому разі враховуються дані щодо відмінності початкових та кінцевих значень відповідно до усереднених значень, які також відбивають динаміку змін в проаналізованому ряді. Відтак, це надає можливості здійснювати порівняльну оцінку фінансової стабільності різних суб'єктів господарювання.

Таким чином, загалом підхід до визначення фінансової стабільності суб'єктів господарювання можна подати так:

- обчислюються абсолютні (R) або відносні (RV) значення модифікованого подання розмаху варіації досліджуваного ряду даних, значення якого є показниками, що відображають обрану діяльність суб'єктів господарювання, та визначаються основні різновиди їх фінансової стабільності;
- на основі відносних (RV) значень модифікованого подання розмаху варіації досліджуваного ряду даних стосовно множини обраних показників господарської діяльності відповідно до окремих періодів дослідження таких показників будується їх матричне подання;
- визначаються максимальні значення обчислених показників для узагальнення найзначиміших показників діяльності щодо впливу на фінансову стабільність досліджуваного періоду часу;
- узагальнюється векторне подання оцінки фінансової стабільності суб'єктів господарювання щодо впливу на такий розвиток окремих різновидів господарської діяльності;
- обчислюється інтегральне узагальнення векторного подання оцінки фінансової стабільності суб'єктів господарювання згідно з підсумками обраного періоду часу;
- аналізуються окремі узагальнення векторного подання оцінки фінансової стабільності суб'єктів господарювання та його інтегральне визначення.

Важливість відстеження не лише фінансової стабільності суб'єктів господарювання, а й виявлення можливих кризових ознак у їх розвитку пояснюються прагненням досягнення безперервного функціонування під впливом факторів зовнішнього середовища.

Ключовим положенням щодо визначення кризових ознак у розвитку суб'єктів господарювання може слугувати фактор часу, відповідно до якого розкривається динаміка того або іншого з досліджуваних показників господарської діяльності. Іншими словами, слід обрати окремий інтервал часу, який є корельованим із загальним періодом дослідження, та розраховувати відповідні оцінки фінансової стабільності на такому інтервалі впродовж усього періоду відповідно до того, що значення оцінок фінансової стабільності є змінними в розрізі встановленого інтервалу протягом досліджуваного періоду. Так, якщо періодом дослідження обрати рік (або декілька років), то інтервалом оцінок фінансової стабільності суб'єктів господарювання можна вказати три місяці. Таке визначення може базуватися як на врахуванні квартальної звітності, так і можливих змін протягом

трьох місяців. Тобто розраховуємо зміни значення оцінок фінансової стабільності суб'єктів господарювання. Доцільність такого визначення оцінок пов'язана з намаганням або виявити приховані ситуації в розвитку суб'єктів господарювання, або, навпаки, детальніше розглянути існуючі тенденції розвитку, виокремлюючи періоди нестійкого коливання в досліджуваних показниках діяльності.

Можна говорити про те, що основна мета узагальнення змінних значень оцінок фінансової стабільності суб'єктів господарювання полягає не лише у визначенні постійного розвитку як основи уникнення кризових ситуацій щодо їх фінансової стабільності, а й дослідженні прихованих тенденцій такого розвитку.

При цьому для узагальнення підходу щодо визначення кризових ознак у розвитку суб'єктів господарювання розглянемо оцінку фінансової стабільності такого розвитку відповідно до формули 2. Відмінністю розрахунків є лише визначення проміжків часу, для яких здійснюється відповідне обчислення. У формалізованому вигляді множину відповідних оцінок можна подати так:

$$\{\mathbf{RV}_j\} \quad j = \left[ \frac{i}{2} \right] + 1; n - \left[ \frac{i}{2} \right] - 1, \quad (3)$$

де  $\{\mathbf{RV}_j\}$  – множина можливих змінних оцінок (відповідного показника банківської діяльності), кожна з яких розраховується за формулою 2;

$\mathbf{RV}$  – відносний параметр модифікованого подання розмаху варіації інтервалу, на якому визначається оцінка;

$n$  – період, на якому визначаються відповідні оцінки;

$i$  – інтервал, на якому визначається оцінка;

$j$  – час поточного обчислення значення оцінки;

$[ ]$  – ціла частина числа.

Особливістю значень оцінок за формулами 3 та 2 є те, що переважна більшість таких значень перебуває в межах від мінус одиниці до плюс одиниці. Зокрема, це залежить від методики визначення означених оцінок (див. формулу 2) та припущення того, що функціонування та розвиток господарської діяльності відбуваються поступово. Наявність значень відповідних оцінок більше за одиницю (в абсолютному вимірі) свідчить про стрибок у проаналізованому показникові діяльності. Отже, важливо визначитися, чи є такий «стрибок» контрольованим, чи ні, а відтак це може бути також ознакою кризового явища в діяльності суб'єктів господарювання.

Зауважимо, що відповідні розрахунки за формулою 3 здійснюються окремо в межах конкретних показників діяльності для визначеного періоду часу. У підсумку маємо немало оцінок протягом досліджуваного періоду часу, що і дозволяє встановити можливість виникнення кризових ознак у розвитку суб'єктів господарювання. Не менш важливо вказати й на те, що отримана множина оцінок за формулою 3 дозволяє конкретизувати її стосовно інтервалу та періоду дослідження. Загалом можливе отримання цілої множини оцінок, які докладніше визначатимуть функціонування та розвиток суб'єктів господарювання.

Наведене вище дозволяє узагальнити методичний підхід щодо визначення кризових ознак у розвитку суб'єктів господарювання.

При цьому можна вказати на такі ознаки узагальнення кризових явищ у розвитку суб'єктів господарювання:

- корельованість кількості часових проміжків з від'ємними значеннями змінних оцінок фінансової стабільності суб'єктів господарювання з величиною інтервалу для визначення таких оцінок;
- стрімка зміна у відносних оцінках фінансової стабільності суб'єктів господарювання, значення яких перевищує одиницю виміру такої оцінки;
- наявність спадного тренду ковзних оцінок фінансової стабільності суб'єктів господарювання впродовж обраного періоду дослідження.

Отже, наведене вище дозволяє всесторонньо здійснювати аналіз функціонування суб'єктів господарювання щодо визначення їх фінансової стабільності розвитку та виникнення кризових ознак у такому розвитку.

**Висновок.** Таким чином, узагальнено підхід до розкриття кризових ознак у функціонуванні суб'єктів господарювання, сутність якого полягає у визначенні змінних оцінок фінансової стабільності розвитку щодо різних показників господарської діяльності. Це дозволило узагальнити визначення кризових ознак у розвитку суб'єктів господарювання.

### Список використаних джерел

1. Азаренкова Г. М. Фінансова стабільність розвитку банків: аналіз та перспективи : монографія / Г. М. Азаренкова, О. Г. Головка, В. В. Смирнов. — Київ : УБС НБУ, 2011. — 218 с.
2. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учеб. курс / И. А. Бланк. — Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2001. — 528 с.
3. Бурій С. А. Антикризове управління та управлінські рішення — проблеми підприємств малого бізнесу / С. А. Бурій, Д. С. Машеха. — Хмельницький : Тріада-М, 2006. — 93 с.

4. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством / В. О. Василенко. — Київ : Центр навч. літ., 2005. — 504 с.
5. Головка О. Г. Удосконалення оцінки та прогнозування фінансової стійкості підприємства в сучасних умовах господарювання / О. Г. Головка, А. С. Тараскіна // Вісн. Житомир. держ. технолог. ун-ту. Серія: Економічні науки. — №1 (59). — Ч. 2. — 2012. — С. 254–258.
6. Головка О. Г. Особливості стратегічного управління фінансовою діяльністю підприємства / О. Г. Головка, В. О. Пономаренко // Вісн. Ун-ту банк. справи Нац. банку України : зб. наук. ст. — 2014. — № 1 (19). — С. 73–78.
7. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством / Л. О. Лігоненко, М. В. Тарасюк, О. О. Хіленко. — Київ : КНТУ, 2005. — 824 с.
8. Мельник Г. Г. Методи та моделі оцінки фінансової стійкості підприємств регіону в антикризовому управлінні / Г. Г. Мельник // Економіч. вісн. Донбасу. — 2011. — №3 (25). — С. 108–111.
9. Плиса В. Й. Стратегія забезпечення фінансової стійкості суб'єктів господарювання в економіці України : монографія / В. Й. Плиса, І. І. Приймак. — Львів : ННБК «АТБ». — 2009. — 144 с.
10. Проскура О. Ю. Антикризове управління підприємством : автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.02 / О. Ю. Проскура. — Харків, 2002. — 20 с.
11. Справочник по математике для экономистов / под ред. В. И. Ермакова. — М. : Высш. шк., 1987. — 336 с.
12. Топій І. І. Розвиток антикризового управління на підприємствах : автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / І. І. Топій. — Львів, 2012. — 32 с.

## References

1. Azarenkova H. M. Finansova stabilnist rozvytku bankiv: analiz ta perspektyvy : monohrafiia / H. M. Azarenkova, O. H. Holovko, V. V. Smyrnov. — Kyiv : UBS NBU, 2011. — 218 s.
2. Blank I. A. Finansovyy menedzhment : ucheb. kurs / I. A. Blank. — Kiyev : Nika-Tsentr ; Elga, 2001. — 528 s.
3. Buryi S. A. Antykryzove upravlinnia ta upravlinski rishennia — problemy pidpriemstv maloho biznesu / S. A. Buryi, D. S. Matsekha. — Khmelnytskyi : Triada-M, 2006. — 93 s.
4. Vasylenko V. O. Antykryzove upravlinnia pidpriemstvom / V. O. Vasylenko. — Kyiv : Tsentr navch. lit., 2005. — 504 s.
5. Holovko O. H. Udoskonalennia otsinky ta prohnozuvannia finansovoi stiikosti pidpriemstva v suchasnykh umovakh hospodariuvannia / O. H. Holovko, A. S. Taraskina // Visn. Zhytomyr. derzh. tekhnoloh. un-tu. Seriya: Ekonomichni nauky. — №1 (59). — Ch. 2. — 2012. — S. 254–258.
6. Holovko O. H. Osoblyvosti stratehichnoho upravlinnia finansovoiu diialnistiu pidpriemstva / O. H. Holovko, V. O. Ponomarenko // Visn. Un-tu bank. spravy Nats. banku Ukrainy : zb. nauk. st. — 2014. — № 1 (19). — S. 73–78.
7. Lihonenko L. O. Antykryzove upravlinnia pidpriemstvom / L. O. Lihonenko, M. V. Tarasiuk, O. O. Khilenko. — Kyiv : KNTU, 2005. — 824 s.
8. Melnyk H. H. Metody ta modeli otsinky finansovoi stiikosti pidpriemstv rehionu v antykryzovomu upravlinnia / H. H. Melnyk // Ekonomich. visn. Donbasu. — 2011. — №3 (25). — S. 108–111.

9. Plysa V. Y. Stratehii zabezpechennia finansovoi stiiikosti subiektiv hospodariuvannia v ekonomitsi Ukrainy : monohrafiia / V. Y. Plysa, I. I. Pryimak. — Lviv : NNVK «АТВ». — 2009. — 144 s.
10. Proskura O. Yu. Antykrizove upravlinnia pidpriemstvom : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: spets. 08.06.02 / O. Yu. Proskura. — Kharkiv, 2002. — 20 s.
11. Spravochnik po matematike dlya ekonomistov / pod red. V. I. Ermakova. — M. : Vyssh. shk., 1987. — 336 s.
12. Topii I. I. Rozvytok antykrizovoho upravlinnia na pidpriemstvakh : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: spets. 08.00.04 / I. I. Topii. — Lviv, 2012. — 32 s.

UDC 658.012.32:330.33.01

## DIAGNOSTICS OF THE CRISIS STATE IN THE DEVELOPMENT OF BUSINESS ENTITIES

**O. O. Hubarev**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**O. H. Holovko**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Kharkiv Institute of Banking of UBS NBU, Kharkiv

**The aim** of this article is to develop the scientific and methodological approach to determine the critical features in the development of business entities.

**Research methodology.** A number of general and specific research methods have been applied: logic generalization, analysis and comparison have been used to disclose the theoretical positions; formalization and modelling — for the advancement of the scientific and methodological approach to determine the critical features in the development of business entities.

**Results.** The generalized approach has been used to disclose the crisis signs in the functioning of business entities, the essence of which is to determine the moving estimates of financial stability in the terms of various indicators of economic activities. It has allowed to generalize the definition of critical features in the development of business entities. At the same time the following attributes of generalization of crisis in the development of business organizations have been identified: the correlation of time intervals which has negative values of moving estimates of business entities; financial stability with the value of the interval for determining such estimates; an abrupt changing of relative financial stability of business entities the value of which exceeds such evaluation; a downtrend of moving estimates of financial stability of business entities selected for the required period.

**Novelty.** The scientific and methodological approach has been improved to build indicators which show the symptoms of the crisis in the development of business entities based on a synthesis of moving estimates of their financial stability and it contributes to a comprehensive analysis of business entities functioning.

**The practical significance.** The proposed scientific and methodological approach has practical value and can be used in the practice of business entities activities.

Надійшла до редколегії 03.03.2015 р.



## Наші автори (Our Authors)

**Аль Тавалбех Серхан Ахмед**, кандидат педагогічних наук, доцент, Аль-Хуссейн Бін Талал Університет, Йорданія

**Афенченко Г. В.**, кандидат соціологічних наук, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

**Бадюл Л. В.**, аспірант, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

**Битюк І. В.**, аспірант, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

**Біличенко О. Л.**, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, Донбаський державний педагогічний університет, м. Слов'янськ

**Вдовина О. О.**, аспірант, Харківська державна академія культури, м. Харків

**Гірняк Г. З.**, старший викладач, Українська академія друкарства, м. Львів

**Головко О. Г.**, кандидат економічних наук, доцент, Харківський інститут банківської справи УБС НБУ, м. Харків

**Губарев О. О.**, кандидат економічних наук, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

**Гусєв А. В.**, аспірант кафедри масової та міжнародної комунікації, Національний університет імені Олеса Гончара, м. Дніпропетровськ

**Давидова І. О.**, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, Харківська державна академія культури, м. Харків

**Дегтяр А. О.**, доктор наук з державного управління, професор, Харківська державна академія культури, м. Харків

**Кулинич І. В.**, аспірант, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

**Al Tawalbeh Serhan Ahmad**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Al-Hussein Bin Talal University, Jordan

**Afenchenko H. V.**, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**Badiul L. V.**, postgraduate student, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

**Bytiuk I. V.**, postgraduate student, Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv

**Bilychenko O. L.**, Doctor of Science in Social Communication, Donbass State Pedagogical University, Slavyansk

**Vdovina O. O.**, postgraduate student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**Hirniak H. Z.**, Senior Lecturer, Ukrainian Academy of Printing, Lviv

**Holovko O. H.**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Kharkiv Institute of Banking of UBS NBU, Kharkiv

**Hubarev O. O.**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**Gusev A. V.**, postgraduate student, Oles Gonchar National University, Dnepropetrovsk

**Davydova I. O.**, Doctor of Sciences in Social Communication, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**Diegtiar A. O.**, Doctor of Public Administration, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**Kulynych I. V.**, postgraduate student, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

**Кушнарєнко Н. М.**, доктор педагогічних наук, професор, Харківська державна академія культури, м. Харків

**Олійник О. В.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

**Перехейда В. В.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

**Подобна Є. В.**, аспірант, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

**Ростовцев С. С.**, аспірант, Харківська державна академія культури, м. Харків

**Садівничий В. О.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, Сумський державний університет, м. Суми

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

**Толок Є. В.**, аспірант, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

**Філіпова Л. Я.**, доктор педагогічних наук, професор, Харківська державна академія культури, м. Харків

**Чексхтуріна В. М.**, кандидат педагогічних наук, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

**Шевченко О. В.**, кандидат історичних наук, доцент, докторант, Харківська державна академія культури, м. Харків

**Шейко В. М.**, доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри культурології та медіа-комунікацій, ректор, Харківська державна академія культури, член-кореспондент Національної академії мистецтв України, заслужений діяч мистецтв України, дійсний член Міжнародної академії інформатизації при ООН, м. Харків

**Шумлянська Н. В.**, старший викладач, Харківська державна академія культури, м. Харків

**Kushnarenko N. M.**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**Oliinyk O. V.**, Candidate of Sciences in Social Communications, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**Pereheyda V.**, Candidate of Sciences in Social Communications, Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv

**Podobna Ye. V.**, postgraduate student, Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv

**Rostovtsev S. S.**, postgraduate student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**Sadivnychy V. O.**, Candidate of Sciences in Social Communications, Sumy State University, Sumy

**Todorova O. V.**, Lecturer, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

**Tolok E. V.**, postgraduate student, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

**Filipova L. Ya.**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**Chekshturina V. N.**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**Shevchenko O. V.**, Candidate of History Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

**Sheyko V. M.**, Doctor of Historical Sciences, Professor, Head of the Department of Culturology and Media Communications, Rector, Kharkiv State Academy of Culture, Honourous Artist of Ukraine, Corresponding Member of the National Academy of Arts, Member of the UN International Academy of Informatization, Kharkiv

**Shumlianska N. V.**, Senior Lecturer, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

## Зміст (Contents)

### Розділ перший Теоретико-методологічні засади бібліотекознавства та бібліографознавства Part One

#### Theoretical and Methodological Foundations of Library and Bibliography Science

<b>Н. М. Кушнарєнко (N. M. Kushnarenko)</b>	
<b>Гендерний підхід у бібліотекознавстві: теоретико-методологічний дискурс</b> (Gender-Based Approach in Library Science: Theoretical and Methodological Discourse) .....	4
<b>І. О. Давидова (I. O. Davydova)</b>	
<b>Інформаційне забезпечення управлінських рішень у системі інформаційного менеджменту</b> (Information Support of Managerial Decisions in the Information Management System).....	16
<b>О. Л. Біличенко (O. L. Bilychenko)</b>	
<b>Літературна комунікація як об'єкт загальної теорії соціальних комунікацій</b> (Literary Communication as an Object of General Theory of Social Communications) .....	26
<b>Аль Тавалбєх Серхан Ахмед (Al Tawalbeh Serhan Ahmad)</b>	
<b>Розвиток бібліотек країн, що розвиваються, в умовах міжнародного інформаційного простору</b> (Evolution of Libraries in Developing Countries in the International Information Space) .....	34
<b>Л. Я. Філіпова, О. В. Олійник (L. Ya. Filipova, O. V. Oliinyk)</b>	
<b>Вищі навчальні заклади з бібліотечно-інформаційних наук у США: питання навчання та акредитації</b> (US Library and Information Schools: Training and Accreditation Issues) .....	44
<b>С. С. Ростовцев (S. S. Rostovtsev)</b>	
<b>Використання веб-аналітики бібліотеками України</b> (Web Analytics Usage in Online-activity of Ukrainian Libraries) .....	53

### Розділ другий Документознавство та інформаційна діяльність Part Two Documentation and Information Management

<b>А. О. Дєгтяр (A. O. Diehtiar)</b>	
<b>Методологічні підходи до побудови системи інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності організації соціокультурної сфери</b> (Methodological Approaches to the Development of Information and Analytical Support System of Social and Cultural Sphere) .....	62

<b>О. В. Шевченко (O. V. Shevchenko)</b> <b>Специфіка функціонування електронного документообігу в комерційній галузі (на прикладі системи преміум-класу «Діло»)</b> (Specificity of Functioning of Electronic Document Circulation in Commercial Sector: Case Study Premium Class System “Dilo”).....	72
<b>О. О. Вдовіна (O. O. Vdovina)</b> <b>Використання електронного документообігу в системі судочинства України</b> (Application of Electronic Document Circulation in Legal Proceedings of Ukraine) .....	82
<b>Г. З. Гіряк (H. Z. Hirniak)</b> <b>Муниципальний вектор реформування системи місцевого самоврядування в Україні (з історичного досвіду львівського магістрату)</b> (Municipal Vector of Reformation of the Local Self-government System in Ukraine (Following the Historical Experience of Lviv City Council)).....	92
<b>Г. В. Афенченко, Н. В. Шумлянська (H. V. Afenchenko, N. V. Shumlianska)</b> <b>Аномія як соціально-культурний феномен</b> (Anomie as a Social and Cultural Phenomenon) .....	103

**Розділ третій**  
**Журналістика та засоби масової інформації**  
**Part Three**  
**Journalism and Mass Communication**

<b>А. В. Гусєв (A. V. Husiev)</b> <b>Вплив медіа на розвиток професійного спорту</b> (Media Influence On the Professional Sport Development).....	114
<b>Є. В. Подобна (Ye. V. Podobna)</b> <b>Особливості контенту журналу «Хуторянин» (1896–1917 рр.)</b> (Content Specifics of the «Khutorianyn» Magazine (1896–1917)).....	121
<b>В. О. Садівничий (V. O. Sadvnychyi)</b> <b>Видання медико-санітарних бюро губерній як тип спеціалізованої медичної преси</b> (Publications of Province Health Bureaus as a Type of Specialized Medical Press) .....	132
<b>І. В. Битюк (I. V. Bytiuk)</b> <b>Механізм формування моральної паніки в період суспільно-політичної кризи (на прикладі воєнного конфлікту на Сході України)</b> (Mechanism of Formation of Moral Panic in the Period of Social and Political Crisis: Case Study Military Conflict in the East of Ukraine) .....	143

**Розділ четвертий**  
**Прикладні соціокомунікаційні технології**

**Part Four**  
**Applied Social and Communication Technologies**

<b>В. М. Шейко (V. M. Sheyko)</b> <b>Методи дискурс-аналізу під час вивчення соціальних процесів</b> (Discourse Analysis Methods in the Study of Social Processes).....	154
<b>В. М. Чекштуріна (V. N. Chekshturina)</b> <b>Формування комунікативної компетентності менеджерів</b> <b>соціокультурної діяльності</b> (Formation of Communication Competence of Managers of Social and Cultural Activities).....	161
<b>В. В. Перехейда (V. V. Perekheida)</b> <b>Чинники локомоції українського внутрішнього туриста</b> (Locomotion Factors of a Ukrainian Domestic Tourist).....	170
<b>О. В. Тодорова (O. V. Todorova)</b> <b>PR-середовище нового покоління як база формування</b> <b>інноваційного PR-інструментарію</b> (PR Environment of New Generation as the Basis of Innovative PR-tools Formation) .....	180
<b>Є. В. Толлок (Ye. V. Tolok)</b> <b>Соціальний аспект регулювання рекламної діяльності на прикладі</b> <b>міжнародного досвіду</b> (Social Aspects of Advertising Activities Regulation: the Case of International Experience).....	188
<b>Л. В. Бадюл (L. V. Badiul)</b> <b>Моделювання протестного іміджу в соцмережах:</b> <b>тенденції й закономірності</b> (Modeling the Protest Image in Social Networks: Trends And Patterns) .....	195
<b>І. В. Кулинич (I. V. Kulynych)</b> <b>Природа емоційного наповнення стереотипу</b> (The Nature of Emotional Content of Stereotypes) .....	206
<b>О. О. Губарев, О. Г. Головка (O. O. Hubarev, O. H. Holovko)</b> <b>Діагностика кризового стану в розвитку суб'єктів</b> <b>господарювання</b> (Diagnostics of the Crisis State in the Development of Business Entities).....	215
<b>Наші автори (Our Authors)</b> .....	225

## **ПРАВИЛА ОФОРМЛЕННЯ АВТОРСЬКИХ ОРИГІНАЛІВ ДЛЯ НАУКОВИХ ЗБІРНИКІВ ТА УМОВИ ЇХ ОПУБЛІКУВАННЯ**

Статті, які подаються до публікації в збірнику, готуються автором у двох форматах: надрукований на лазерному чи струйному принтері текст та текстовий файл на електронному носіїві (USB-накопичувач «флешка»).

Зміст має відповідати профілю збірника. Обсяг статті зі списком літератури має становити 0,5 друк. арк., тобто 12 стор. тексту, надрукованого через 1,5 інтервали на аркушах стандартного (A4) формату.

Рукопис українською мовою подається в 1 примірнику, надрукованому на білому папері з однієї сторони аркушу (формат A4). Розмір шрифту (кегель) – 14. Шрифт «Times». Береги по 25 мм.

На першій сторінці статті зазначаються індекс УДК (по лівому краю), ініціали та прізвище автора в називному відмінку (з нового рядка по правому краю), науковий ступінь, учене звання, посада, повна назва організації, де працює автор, місто, на наступному рядку – назва статті; анотація, ключові слова *українською мовою*; зазначити всі відомості про автора, назву статті й анотацію, ключові слова *російською мовою*; відомості, назву статті та анотацію, ключові слова *англійською мовою* (анотації – не менше 50 слів, 600–800 знаків, ключові слова – не менше 3 і не більше 10).

**ОСНОВНИЙ ТЕКСТ СТАТТІ** (*заголовки підрозділів статті виділяються жирним шрифтом. Після назви підрозділу статті ставиться крапка і продовжується текст самої статті*) повинен мати такі необхідні елементи: постановка проблеми; аналіз останніх досліджень та публікацій; мета статті; виклад основного матеріалу дослідження; висновки; перспективи подальших досліджень.

Список використаних джерел виконується мовою оригіналу в алфавітному порядку, має наскрізну нумерацію.

Подається транслітерація українських і російських джерел латиницею.

З нової сторінки – **РЕЗЮМЕ СТАТТІ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ** (обсяг – 250 слів або 1600–1700 знаків).

Статті підлягають редагуванню. На кожную статтю має бути рецензія.

Рукопис авторові не повертається.

Умови опублікування платні. Якщо автор не дотримуватиме хоча б одного правила оформлення, стаття не публікуватиметься.

*Наукове видання*  
*Scientific edition*

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

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

**Збірник наукових праць**  
**Scientific Papers**

**Випуск 46**  
**Issue 46**

Редактори:  
*Л. Ф. Торбовська*  
*Ю. М. Заклінська*  
*А. А. Троян*  
*А. Г. Шекунова*

Художній редактор  
*І. Р. Акмен*  
Комп'ютерна верстка  
*І. Г. Колесник*

Підписано до друку 23.06.2015 р. Формат 60x84/16.  
Гарнітура «Times». Папір для мн. ап. Друк. ризограф.  
Ум. друк. арк. 13,4. Обл.-вид. арк. 15,2. Наклад 500 пр. Зам. №

---

Адреса редакції і видавця:  
ХДАК, 61057, м. Харків, Бурсацький узвіз, 4  
*Друкарня ТОВ Видавництво «С. А. М.»*  
*Україна, 61002, м. Харків, вул. Пушкінська, 51-б*

ISSN 2410-5333



9 772410 533003