

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики

.....
Borys Grinchenko Kyiv University
Institute of Journalism

ISSN 2524–2644 (Print)

ISSN 2524–2652 (Online)

<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2020.2-10>

Integrated Communications

.....

Інтегровані комунікації

Випуск 2 (10)

.....
Issue 2 (10)

**Київ
2020**

Інтегровані комунікації. Випуск 2 (10), 2020

Засновник

Київський університет імені Бориса Грінченка

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
КВ № 21991-11891Р від 31.03.2016 р., видане Державною реєстраційною службою України

Рік заснування — 2016
Виходить двічі на рік

Рекомендовано до друку Вченою радою Київського університету імені Бориса Грінченка
(протокол № 5 від 9 червня 2021 р.)

Основні рубрики:

«Реклама і зв'язки з громадськістю», «Видавнича справа та редагування», «Теорія і практика журналістики»,
«Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія», «Теоретичні питання», «Рецензії, відгуки, покажчики змістів»,
«Наукові розвідки студентів», «Науково-практична діяльність Інституту журналістики»

Адреса редакції журналу: вул. Маршала Тимошенка, 13-Б, каб. 105, м. Київ, 04212, Україна
Офіційний сайт видання: intcom.kubg.edu.ua

Редакційна колегія

Голова редколегії:

Воскобойнікова-Гузєва О.В., д-р наук із соц. комунік.,
ст. наук. співробіт. Університету Грінченка (Київ, Україна).

Головний редактор:

Горбенко Г.В., канд. пед. наук, доц. Університету Грінченка
(Київ, Україна).

Заступники головного редактора:

Вернигора Н.М., канд. наук із соц. комунік., доц. Університету
Грінченка (Київ, Україна);
Гандзюк В.О., канд. наук із соц. комунік., доц. Університету
Грінченка (Київ, Україна).

Відповідальний секретар друкованого видання:

Александрович М.В., канд. філол. наук, доц. Університету Грінченка
(Київ, Україна).

Відповідальний секретар електронного видання:

Драч А.П., помічник директора Інституту журналістики
Університету Грінченка з інформаційно-комунікаційних
технологій (Київ, Україна).

Редакційна колегія:

Кафтанджиев Х., д-р філол. наук, проф. Софійського ун-ту
(Софія, Болгарія);
Струберга Сіґта, д-р соц. наук, проф. факультету соціальних наук
Університету Латвії (Рига, Латвія);
Еспіноза-Мірабет Сільвія, д-р наук з аудіовізуальної комунікації
та реклами, проф. департаменту філології та комунікації
Університету Жирони (Жирона, Іспанія);
Безчотнікова С.В., д-р філол. наук,
проф. Маріупольського держ. ун-ту (Маріуполь, Україна);
Гоян О.Я., д-р філол. наук, проф. КНУ імені Тараса Шевченка
(Київ, Україна);
Женченко М.І., д-р наук із соц. комунік.,
доц. КНУ імені Тараса Шевченка (Київ, Україна);

Іващенко В.Л., д-р філол. наук, проф. Університету Грінченка
(Київ, Україна);
Крайнікова Т.С., д-р наук із соц. комунік.,
проф. КНУ імені Тараса Шевченка (Київ, Україна);
Кунанець Н.Е., д-р наук із соц. комунік., проф. Інституту
комп'ютерних наук та інформаційних технологій Національного
університету «Львівська політехніка» (Львів, Україна);
Мітчук О.А., д-р наук із соц. комунік.,
проф. Міжнародного ун-ту «Рівненський економіко-гуманітарний
ін-т» імені Степана Дем'янчука (Рівне, Україна);
Новохатько Л.М., д-р іст. наук, проф. Університету Грінченка
(Київ, Україна);
Трищук О.В., д-р наук із соц. комунік.,
проф. Видавничо-поліграфічного інституту НТУУ «Київський
політехнічний інститут ім. І. Сікорського» (Київ, Україна);
Хоменко І.А., д-р наук із соц. комунік.,
доц. КНУ імені Тараса Шевченка (Київ, Україна);
Шпак В.І., д-р іст. наук, проф. Університету Грінченка
(Київ, Україна);
Бикова О.М., канд. наук із соц. комунік.,
доц. Університету Грінченка (Київ, Україна);
Вернигора С.М., канд. наук із соц. комунік.,
доц. Університету Грінченка (Київ, Україна);
Георгієвська В.В., канд. наук із соц. комунік.,
доц. Університету Грінченка (Київ, Україна);
Досенко А.К., канд. наук із соц. комунік.,
доц. Університету Грінченка (Київ, Україна);
Курбан О.В., канд. наук із соц. комунік.,
доц. Університету Грінченка (Київ, Україна);
Масімова Л.Г., канд. наук із соц. комунік.,
доц. Університету Грінченка (Київ, Україна);
Нетреба М.М., канд. наук із соц. комунік.,
доц. Університету Грінченка (Київ, Україна);
Романюк Н.С., канд. наук із соц. комунік.,
доц. Університету Грінченка (Київ, Україна);
Сошинська В.Є., канд. наук із соц. комунік.,
доц. Університету Грінченка (Київ, Україна).

© Київський університет імені Бориса Грінченка, 2020
© Автори публікацій, 2020

Integrated Communications. Issue 2 (10), 2020

Founder

Borys Grinchenko Kyiv University

Certificate of State Registration of Printed Mass Media

KB № 21991-11891P dated 31.03.2016 issued by the State Registration Service of Ukraine

Published since 2016

Issued twice a year

Recommended for publication by the Academic Council of Borys Grinchenko Kyiv University
(Rec. No 5 dated 09.06.2021)

Main Rubrics:

“Advertising and Public Relations”, “Publishing and Editing”, “Theory and Practice of Journalism”,
“Book Studies, Library Science and Bibliography”, “Theoretical Issues”, “Overviews, Reviews, Content Indexes”,
“Students’ Scientific Research”, “Scientific and Practical Activity of the Institute of Journalism”

Publisher location: 13 B, Marshala Tymoshenka St, Office 105, Kyiv, 04212, Ukraine

Official site: intcom.kubg.edu.ua

Editorial Board

Head of Editorial Board:

Olena Voskoboinikova-Huzieva, DSc (Social Communications),
Professor at Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine).

Editor-in-Chief:

Halyna Horbenko, PhD (Pedagogy), Associate Professor
at Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine).

Deputy Editors-in-Chief:

Nina Vernyhora, PhD (Social Communications), Associate Professor
at Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine);

Handziuk Vitalii, PhD (Social Communications), Associate Professor
at Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine).

Executive Editor of the Print Edition:

Aleksandrovykh Maryna, PhD (Philology), Associate Professor
at Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine).

Executive Editor of the Electronic Edition:

Drach Alyona, Assistant Director at the Institute of Journalism
at Borys Grinchenko Kyiv University on Information and
Communication Technologies (Kyiv, Ukraine).

Editorial Board:

Kaftandjiev Christo, DSc (Philology), Professor at Sofia University
(Sofia, Bulgaria);

Struberha Sihita, DSc (Social Sciences), Professor at the Faculty
of Social Sciences, University of Latvia (Riga, Latvia);

Espinoza-Mirabet Silviia, DSc (Audiovisual Communication
and Advertising), Professor at the Department of Philology and
Communication, University of Girona (Girona, Spain);

Bezhotnikova Svitlana, DSc (Philology), Professor
at Mariupol State University (Mariupol, Ukraine);

Hoian Oles, Professor (Philology), Professor at Taras Shevchenko
National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine);

Zhenchenko Maryna, DSc (Social Communications), Associate Professor
at Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine);

Ivashchenko Viktoriia, DSc (Philology), Professor at Borys Grinchenko
Kyiv University (Kyiv, Ukraine);

Krainikova Tetiana, DSc (Social Communications), Professor
at Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine);

Kumanets Nataliia, DSc (Social Communications), Professor
at the Institute of Computer Science and Information Technology,
Lviv Polytechnic National University (Lviv, Ukraine);

Mitchuk Olga, DSc (Social Communications), Professor
at International University of Economics and Humanities named after
Academician Stepan Demianchuk (Rivne, Ukraine);

Novokhatko Leonid, DSc (History), Professor at Borys Grinchenko
Kyiv University (Kyiv, Ukraine);

Trischuk Olga, DSc (Social Communications), Professor at Institute
of Publishing and Printing of National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute” (Kyiv, Ukraine);

Khomenko Illia, DSc (Social Communications), Associate Professor
at Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine);

Shpak Viktor, DSc (Historical Sciences), Professor at Borys Grinchenko
Kyiv University (Kyiv, Ukraine);

Bykova Olha, PhD (Social Communications), Associate Professor
at Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine);

Vernyhora Svitlana, PhD (Social Communications), Associate Professor
at Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine);

Heorhiyevska Viktoria, PhD (Social Communications), Associate
Professor at Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine);

Dosenko Anzhelika, PhD (Social Communications), Associate Professor
at Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine);

Kurban Oleksandr, PhD (Social Communications), Associate Professor
at Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine);

Masimova Larysa, PhD (Social Communications), Associate Professor
at Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine);

Netreba Margaryta, PhD (Social Communications), Associate Professor
at Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine);

Romaniuk Natalia, PhD (Social Communications), Associate Professor
at Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine);

Soshynska Viktoria, PhD (Social Communications), Associate Professor
at Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine).

© Borys Grinchenko Kyiv University, 2020
© Authors of publications, 2020

Зміст

РЕКЛАМА І ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Афанасьєв І.Ю., Льїнова О.О.	Наукова література 2010-х рр. про теорію і практику реклами та зв'язків з громадськістю	6
---------------------------------	---	---

ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ

Крячок К.Л.	Інноваційні проекти інклюзивного книговидання (на прикладі інтерактивної книжки із завданнями для розвитку та корекції мовленнєвого апарату у дітей з вадами слуху, зору та психофізичними відхиленнями)	16
-------------	--	----

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

Досенко А.К., Гандзюк В.О.	Розвиток української блогосфери: теоретичні аспекти аналізу	20
-------------------------------	---	----

КНИГОЗНАВСТВО, БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВО І БІБЛІОГРАФІЯ

Матвійчук О.Є., Петрошук Н.Р.	Історія київської бібліотеки для дітей в іменах	25
Стамбол І.І.	Тенденції досліджень у бібліотекознавстві в українській та європейській науці	34

ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ

Фруктова Я.С., Драч А.П.	Забезпечення інформаційної відкритості закладами вищої освіти України	40
Іванов Д.В.	Комунізм та ностальгія. Журба за комунізмом у роботах есеїстів з Центрально-Східної Європи та Балкан	48

РЕЦЕНЗІЇ, ВІДГУКИ, ПОКАЖЧИКИ ЗМІСТІВ

Воскобойнікова-Гузєва О.В.	Рецензія на біобібліографічний покажчик «Коломієць Тамара Опанасівна»	56
Матвійчук О.Є.	Соціокультурний потенціал освітянських бібліотек	58
Вернигора Н.М.	Інтегровані комунікації = Integrated Communications, вип. 1–10, 2016–2020 рр. Бібліографічний огляд. Покажчик змісту	60

НАУКОВІ РОЗВІДКИ СТУДЕНТІВ

Слюсаренко А.	Булінг у школі: висвітлення проблеми у соціальній мережі “Facebook”	66
---------------	---	----

НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ІНСТИТУТУ ЖУРНАЛІСТИКИ

Горбенко Г.В., Іващенко В.Л.	Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах: реалізація актуальної проблематики (2019–2020)	71
---------------------------------	--	----

Contents

ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS

- Afanasiev I.,
Ilinova O.** Academic Literature of the 2010s on the Theory
and Practice of Advertising and Public Relations 6

PUBLISHING AND EDITING

- Kriachok K.** Innovative Projects for Inclusive Publishing
(the case of an interactive book with tasks for the development
and correction of the speech apparatus in children
with hearing, vision, and psychophysical disorders) 16

THEORY AND PRACTICE OF JOURNALISM

- Dosenko A.,
Handzuk V.** Development of Ukrainian Blogosphere: Theoretical aspects of analysis 20

BOOK STUDIES, LIBRARY SCIENCE AND BIBLIOGRAPHY

- Matviichuk O.,
Petroshchuk N.** History of Kyiv Library for Children in Names 25
- Stambol I.** Research Trends in Library Science in Ukrainian and European Researches 34

THEORETICAL ISSUES

- Fruktova Ya.,
Drach A.** Ensuring Information Openness by Higher Education Institutions of Ukraine 40
- Ivanov D.** Communism and Nostalgia. Longing for Communism
in Texts of Publicists from Central-Eastern Europe and Balkans 48

OVERVIEWS, REVIEWS, CONTENT INDEXES

- Voskoboinikova-Huzieva O.** Review of the biobibliographic index
“Kolomiets Tamara Opanasivna” 56
- Matviichuk O.** Socio-cultural potential of educational libraries 58
- Vernyhora N.** Integrated Communications = Інтегровані комунікації, Vol. 1–10, 2016–2020.
Bibliographic review. Contents index 60

STUDENTS' SCIENTIFIC RESEARCH

- Sliusarenko A.** Bullying at School: Covering a Problem on the Facebook 66

SCIENTIFIC AND PRACTICAL ACTIVITY OF THE INSTITUTE OF JOURNALISM

- Horbenko H.,
Ivashchenko V.** Media Studies in educational and Scientific Discourses:
Realization of Current Issues (2019–2020) 71

РЕКЛАМА І ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Афанасьєв І.Ю.,

доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю
Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка,
кандидат історичних наук
Ел. пошта: i.afanasiev@kubg.edu.ua

Illia Afanasiev,

Associate Professor of the Department
of Advertising and Public Relations,
Institute of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University,
PhD (History),
E-mail: i.afanasiev@kubg.edu.ua
ORCID iD 0000-0002-2736-5021

Ільїнова О.О.,

студентка Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка
Ел. пошта: ooilinova.ij19@kubg.edu.ua

Oleksandra Ilinova,

Student, Institute of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University
E-mail: ooilinova.ij19@kubg.edu.ua

<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2020.2-10.1>

УДК 00:(659.1+659.4)“2010/2019”

НАУКОВА ЛІТЕРАТУРА 2010-х рр. ПРО ТЕОРІЮ І ПРАКТИКУ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

ACADEMIC LITERATURE OF THE 2010s ON THE THEORY AND PRACTICE OF ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS

У статті висвітлюються основні глобальні тенденції наукового пошуку 2010-х рр. у галузі реклами та зв'язків з громадськістю. З цією метою проаналізовано зміст найвпливовіших наукових і навчальних видань із цієї проблематики за 2010–2019 рр., проведено порівняльний аналіз наукових статей за 2008–2009 рр. і 2019–2020 рр. та виявлено відмінності матеріалів науковців наприкінці двох десятиріч.

Установлено, що науковий апарат семіотики, семіотика маркетингу, комерційна семіотика, соціосеміотичний, семіопрাগматичний та інші семіотичні підходи активно застосовувалися для досліджень у різних сферах. Бізнес-кейси та загальні закономірності розвитку реклами і PR часто були об'єктами академічного розгляду як складники ширшої й дуже актуальної проблематики: Big Data, штучний інтелект, соціальні інтернет-мережі, Інтернет речей, нейромаркетинг, діджитал-події, суспільний інтерес, різноманітні завдання й види об'єктно-орієнтованих методів. Важливе значення мали дослідження на основі концепцій медіатизації, постреклами, алгоритмічного капіталізму. Активно розвивалася тема рекламної грамотності як елемента медіаграмотності. Протягом 2010-х рр. фокус уваги науковців щодо питань реклами та зв'язків з громадськістю змістився із загальнотеоретичного аналізу креативності в бік цифрових комунікацій. Одними з найпопулярніших предметів досліджень стали інфлюенсери та лідери думки в цифрових соціальних мережах.

Ключові слова: реклама, зв'язки з громадськістю, PR, маркетинг, Інтернет.

The article highlights the main world features, trends in scientific research in 2010s on the problems of advertising and public relations. To that end, the content of the most influential scientific and educational publications on advertising and public relations of 2010-2019 has been analysed, there has also been used a comparative analysis of scientific articles of 2008-2009 and 2019-2020, has been identified the main differences between the beginning and the late 2010s in these aspects.

There was established that the scientific apparatus of semiotics, marketing semiotic, commercial semiotic, socio-semiotic, semio-pragmatic and other semiotic approaches have been fruitfully used for the researches in these two areas. Business

cases and general patterns of advertising and PR have often been the subject of academic activity as part of several larger and very topical issues: Big Data, artificial intelligence, social media, Internet of Things, neuromarketing, e-events, public interest, various tasks and types of object-oriented methods. The researches based on the concepts of mediatisation, post-advertising, and algorithmic capitalism featured prominently. The issue of advertising literacy as a component of media literacy was actively developed. During the 2010s, the attention focus of advertising and public relations scholars was shifted from a general theoretical analysis of creativity towards digital communications. The ones of the leading, most popular subjects of research have become influencers, opinion leaders in digital social networks.

Key words: advertising, public relations, marketing, Internet.

Вступ. Галузь реклами та зв'язків з громадською традиційно значно більше цікавила практиків, ніж науковців. Із початку XXI ст. в Україні зростала кількість студентів, які вивчали рекламу та PR. У практичній діяльності вони потребували ефективніших методів і прийомів впливу на цільову аудиторію. Зацікавлення теорією реклами та PR зростає й нині. Для розвитку українських соціальних наук і соціальних комунікацій необхідно постійно аналізувати наукову літературу з реклами та PR й оприлюднювати результати цього аналізу на широкий загал.

Мета дослідження — визначити глобальні тенденції наукового пошуку 2010-х рр. у галузі реклами та зв'язків з громадською, стан і основні напрями наукового осмислення цих тем.

Для досягнення поставленої мети передбачене виконання таких **завдань**:

— проаналізувати ключові слова та загальний зміст наукових і навчальних видань з означеної проблематики за 2010–2019 рр.;

— провести порівняльний аналіз наукових статей за 2008–2009 рр. та 2019–2020 рр., виявити основні відмінності матеріалів науковців наприкінці двох десятиріч.

Методи дослідження. Задля реалізації мети й виконання зазначених завдань було визначено найпоширеніші та найбільш авторитетні наукові, довідкові й навчальні видання за 2009–2020 рр. Огляд видань за 2009 р. необхідний як база для порівняння, щоб виявити зміни, які сталися в науці з цієї проблематики протягом 2010-х рр. Публікації ж 2020 р. було допущено до розгляду, оскільки саме в 2019–2020 рр. у провідних наукових журналах значно збільшилася тривалість процедур із розгляду та підготовки рукописів до публікації. Таке затягування термінів було зумовлене багатьма причинами, але насамперед значним збільшенням потоків рукописів до редакцій наукових видань, що індексувалися в базах *Scopus* і *Web of Science* у 2018–2019 рр. Таким чином велика частка досліджень, зафіксованих у рукописах наукових статей у 2016–2018 рр., була оприлюднена не в 2019, а в 2020 р.

Основним критерієм поширеності, а частково й авторитетності статей було обрано ступінь поширення назв цих публікацій в Інтернеті. Критерієм авторитетності, наукової глибини статей став ступінь наукової авторитетності видавництва, періодичних видань, у яких надруковано ці праці. Авторитетність журналів визначалася за їх цитованістю та поширеністю посилань на них. Для визначення цитованості було використано рейтинги наукометричних баз *Scopus* і *Web of Science*, розподіл журналів за показником *CiteScore*.

Ще одним важливим показником поширеності, усталеності певної концепції чи підходу в науковій думці є їх фіксація у навчальному виданні, зокрема в підручнику та навчальному посібнику. Адже навчальні видання містять найбільш консенсусні, перевірені результати наукових досліджень. Саме тому велику частку проаналізованих публікацій становлять підручники й навчальні посібники.

У ході дослідження застосовано низку цифрових інструментів, вебсервісів. Наприклад, задіяно не лише універсальну пошукову систему *Google*, але й пошукові системи наукових соціальних мереж *ResearchGate* і *Academia.edu*. У процесі контент-аналізу вищезгаданих корпусів джерел визначено спеціалізовані наукові журнали з питань реклами та зв'язків з громадською.

З метою визначення хоча б орієнтовного стану розроблення теми в українській науці було проаналізовано фонди провідного українського зібрання наукових публікацій — Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. Методом порівняльного аналізу вдалося визначити різницю основних тенденцій проведення досліджень у сфері реклами та зв'язків з громадською, відповідно за 2008–2009 та 2019–2020 рр.

У Національній бібліотеці України ім. В.І. Вернадського було проаналізовано всі книжкові видання обсягом понад 120 сторінок, видані у 2010-х рр., із такими ключовими словами у назвах: реклама, рекламний, зв'язки з громадською, публік рілейшнз, PR.

Вивчено назви, анотації, а в багатьох випадках і повні тексти цих видань, проведено диференціювання вказаного корпусу джерел за тематикою.

Не обмежуючись визначенням основних тенденцій, найпопулярніших тем, концепцій, підходів, термінів, що застосовувалися у 2010-х рр., автори дослідження провели також порівняльний аналіз тематики публікацій провідного наукового журналу з реклами "Journal of Advertising". Для того щоб створити основу такого порівняння, було виконано контент-аналіз заголовків, публікацій 2008–2009 та 2019–2020 рр., здійснено ранжування слів і тем, які траплялися в цих джерелах найчастіше.

Результати й обговорення. У 2010–2019 рр. локальні та загальні закономірності розвитку реклами та PR часто виступали об'єктами академічної активності як складник ширшої проблематики.

Значно збільшилася географічна, регіональна диференціація, зросла кількість досліджень конкретних ринків та аудиторій за критерієм локалізації. На основі порівняльного аналізу таких публікацій було виявлено багато спільних і відмінних ознак. У науковій періодичній літературі такі дослідження часто презентувалися у формі case studies — практичних кейсів як бази для теоретичних узагальнень.

Широке обговорення тем штучного інтелекту (AI, Artificial intelligence), машинного оброблення величезних обсягів первинної інформації (Big Data) привело багатьох учених протягом 2010-х рр. до думки, яку блискуче афористично було сформульовано у назві книги, виданої Массачусетським технологічним інститутом у 2013 р. під редакцією Лайзи Гітельман, а саме: «Сирі дані — це оксюморон» [1].

Справді, IT-технології дають змогу автоматично формувати, здавалося б, із неосяжного і хаотичного масиву первинної та вторинної інформації конкретні рекомендації й ефективно втілювати їх у життя.

І тут з'являються великі можливості не лише для практиків реклами та PR, але й для теоретиків. Приміром, С. Яворська систематизувала зроблені в 2010-ті рр. спроби дослідників щодо використання корпусного підходу для вивчення й відповідно вдосконалення рекламних текстів [2].

Великий масив досліджень, один із основних інформаційних потоків у загальному обсязі праць із реклами та PR, присвячено проблемі рекламограмотності (advertising literacy), яка є складником медіаграмотності. Ця тема частково накладається на ширшу тематику, що

стосується соціальних мереж як каналу рекламних і PR-повідомлень.

Власне, саме соціальні мережі передусім і сприяють тотальності, всюдисущості реклами, тобто започатковують принципово новий етап у розвитку людства. Якщо наприкінці ХХ ст. реклама була зосереджена переважно в зонах торгівлі або подавалася у спеціально призначених форматах у мас-медіа, то перше десятиліття «біжучого» ХХІ ст. стало епохою заповнення майже всіх приміщень, просторів, комунікаційних процесів рекламними й PR-повідомленнями через нетбуки та смартфони. Вони з'явилися у діджитал-інструментах тих видів діяльності, які незадовго до того були традиційно офлайновими, а тому важкодоступними для таких повідомлень. Це стало причиною поширення концепцій пострекламного світу, ери, стану, а також пострекламних умов.

Як приклад такої публікації слід згадати роботу Е. Руджеро «Стан постреклами. Соціо-семіотичний та семіопрাগматичний підходи до алгоритмічного капіталізму» [3]. Її доцільно використовувати й для демонстрації поєднання багатьох методологічних, можна навіть сказати, ідеологічних підходів до розгляду питань реклами. Тут ідеться і про ліву частину політичного спектра з її типовою термінологією, з фокусуванням на аналізі «капіталістичних відносин», і про теорію програмування, і про семіотику.

Аналіз публікацій 2010-х рр. свідчить про те, що реклама й PR у цей період сприймалися як ідеальні «кандидати», щоб стати предметом міждисциплінарного дослідження.

Серед традиційних наук, підходів, які часто застосовувалися у 2010–2019 рр. для аналізу реклами, за лідерство боролися психологія й семіотика.

Комерційна, або маркетингова, семіотика на початку століття продовжувала завойовувати прихильників серед практиків і теоретиків. Одним із рушіїв, підтвердженнь наслідків цього є, наприклад, значна частка питань стосовно реклами у порядку денному щорічного фестивалю під назвою «Семіофест» (Semiofest) [4].

У програмі фестивалю міжнародна конференція поєднується зі святковими, розважальними заходами, тематично пов'язаними із застосуванням семіотики у маркетингу, брендингу, рекламі та дизайні. Започаткований британцями «Семіофест» оголосив своєю головною метою об'єднання зусиль практиків та академічних учених у розробленні визначеної проблематики. З 2012 до 2020 р. фестиваль проводився в Лондоні, Барселоні, Шанхаї, Парижі, Таллінні, Торонто, Мумбаї, Мехіко.

Сподіваємося, що в найближчі роки його проведення стане можливим і в Києві.

У 2010-ті рр. популярними в аналізі рекламної та PR-активності, як і маркетингових комунікацій загалом, були соціосеміотичний, семіопрагматичний та інші підходи, розроблені на загальній основі семіотичного підходу. Особливо з-поміж сотень статей на семіотично-рекламні теми виділяється робота групи бразильських авторів «Ностальгія в бразильській масмедійній рекламі: семіотична перспектива» [5].

Ця публікація цікава й тим, що в ній опрацьовується ще один дуже актуальний напрям сучасної науки й громадської активності — історична пам'ять, політика пам'яті, а отже, й супутні політтехнології, техніки впливу на громадськість, соціальні групи та інститути.

Британська дослідниця Д. Л'Етанг опублікувала кілька резонансних статей з історії PR. Зокрема, вона є автором майже 300-сторінкової монографії «Зв'язки з громадськістю в Британії: історія професійної практики в XX столітті» [6]. У цьому дослідженні Д. Л'Етанг спільно з К. Фітч переконливо обґрунтувала, чому вивчення історії PR збагачує, посилює, підвищує загальні й фахові компетентності майбутніх піарників і рекламистів [7].

Українські науковці також розглядали цю тему. Наприклад, навчальний посібник Іллі Афанасьєва «Історія PR» став першою в Україні книгою, цілком присвяченою комплексному розгляду всесвітньої історії зв'язків із громадськістю [8].

Ще однією традиційною, повноправною наукою, результати й методи якої традиційно використовують рекламисти й піарники, є психологія. В. Штрюбе, знаний експерт із питань брейнстормінгу, спільно з фахівцем із поведінки споживачів Б. Феннісом зробив чудове, можна сказати, фундаментальне узагальнення зв'язків цих практичних царин із психологічною наукою. Перше видання його монографії «Психологія реклами» датується 2010 р., друге — 2015, а на початку 2020-х рр. світ побачило й третє видання [9]. Книга чудово поєднує прикладні тексти, корисні для практиків-початківців і досвідчених фахівців, а також глибокі роздуми про методологічні проблеми соціальної психології, зокрема про кризу реплікації соціально-психологічних експериментів, яка була визнана багатьма науковцями на початку 2010-х рр.

Серед найпопулярніших тем публікацій 2010-х рр., пов'язаних із рекламою та зв'язками з громадськістю, слід назвати такі: Big Data, штучний інтелект, соціальні інтернет-мережі,

Інтернет речей, нейромаркетинг, діджитал-події, суспільний інтерес, різноманітні завдання й види об'єктно-орієнтованих методів. Крім того, у світовій науковій літературі значну частку становили дослідження на основі концепцій медіатизації, постреклами, алгоритмічного капіталізму.

Науковці Б.Р. Брунер, А. Смолвудт [10] та Дж. Джонсон [11] вважають, що практика зв'язків із громадськістю у перші десятиліття XXI ст. більше зосереджувалася на бізнес-завданнях, діяльності відповідних організацій, а суспільним інтересам приділялося небагато уваги. У своїх наукових роботах вони пропонують термін *Public Interest Relations* (PIR), акцентуючи увагу на тому, що суспільний інтерес має бути провідним у практичній та науковій діяльності, що стосується зв'язків з громадськістю. Ці автори запевняють, що з використанням PIR-концепції вдасться завоювати довіру суспільства, прихильність людей, а також організувати належним чином власну громаду.

Індонезійські науковці Л. Мельян, Т. Анггара та А. Нурсікуагус у своїй роботі аналізують діджитал-події в Інтернеті речей, використовуючи об'єктно-орієнтований метод (unified modelling language (UML) — уніфікована мова моделювання) [12]. За допомогою вебтехнологій та прописаної програми створюється діджиталізована подія. Використання такої методики сприяє значному скороченню часу та витрат, більшому поширенню інформації про івент, ліпшій взаємодії між установою та клієнтом, а також простоті в експлуатації та обслуговуванні.

К. Галлоуей, Л. Св'ятек [13], Г.Ф. Нобре [14], Х. Лі [15], Й. Кьецманн з Ж. Пашмен та Е. Трін [16] звертають особливу увагу на штучний інтелект. У своїх роботах вони аналізують із різних боків концепцію, переваги та недоліки, методи застосування, вплив, роль, а також безпеку штучного інтелекту в сфері реклами та зв'язків із громадськістю.

Ще один порівняно новий інструмент аналізу, взаємодії та впливу на споживачів, який розглядають чимало науковців, — це нейромаркетинг, технологія з використанням досягнень неврології, що дає можливість визначити неусвідомлену реакцію людини на різні стимули (у цьому випадку — на продукти, бренди, рекламу). Е. Айлерс, М. Боксем та А. Смідц [17], С. Кумар [18], А.А. Аббас [19], Мд. Хафец [20], а також вітчизняні науковці О. Гуменна та К. Гончарова [21], В. Вулвуд та А. Білоус [22] пишуть про можливість досягнення, вдосконалення та вимірювання успіху рекламних

та піар-заходів за допомогою різних інструментів нейромаркетингу. Україна не залишилась осторонь цієї загальносвітової тенденції: у 2019 р. вийшов друком навчальний посібник О. Курбана та С. Курбан [23]. У цій роботі сучасні нейромаркетингові технології аналізуються з використанням теоретичного та прикладного підходів і на основі світового досвіду та української практики.

Загалом протягом дослідженого періоду наукові статті з реклами та зв'язків

з громадськістю вийшли друком у щонайменше сотнях, а, ймовірно, у тисячах журналів, які містяться в наукометричних базах *Scopus* і *Web of Science*, не кажучи вже про фахові наукові видання з індексами інших наукометричних баз.

У процесі цього дослідження у базі *Scopus* було, зокрема, виявлено спеціалізовані журнали з реклами. Крім того, на основі загальної таблиці видань цієї бази їх було проранжовано за показником *CiteScore*. Отже, маємо такий результат (табл. 1).

Таблиця 1

Провідні наукові журнали з реклами станом на 2018–2019 рр.
(за показником *CiteScore* бази *Scopus*)

Позиція в рейтингу	Назва журналу	<i>CiteScore</i> (округлено до 0,1)
1	Journal of Advertising	4,0
2	International Journal of Advertising	3,0
3	Journal of Advertising Research	1,9
4	Journal of Current Issues and Research in Advertising	1,6
5	International Journal of Internet Marketing and Advertising	0,6
6	Journal of Interactive Advertising	0
7	Journal of Advertising Education	0

Було проведено контент-аналіз назв статей у *Journal of Advertising* за 2008–2009 і 2019–2020 рр., а результати за цими періодами порівняно між собою. Як вдалося з'ясувати, найпоширенішими темами статей 2008–2009 рр. були такі: креатив у рекламній сфері, різні аспекти вивчення споживача (приватність споживача, вплив на нього, його участь у загальних рекламних процесах), а також зірковий ендорсмент (*celebrity endorsement*). Інші ж статті були жодним чином тематично не пов'язані й охоплювали різні спеціалізовані види реклами — комерційну, політичну та сторітелінгову.

Публікації 2019–2020 рр. відзначилися сконцентрованістю на онлайн-методах і процесах реклами, які навіть назвали особливою ерою — ерою комп'ютерної реклами (*computational advertising*). У цих матеріалах описуються різноманітні концепції такої реклами, її ключові проблеми, напрями майбутніх досліджень, методи автоматизації та роль користувача. Особливо звертається увага на використання соціальних мереж та штучного інтелекту. Вищезгадана тематика становить близько 50 % загальної кількості статей за ці два роки. Ще близько 30–35 % публікацій присвячено сучасним світовим соціальним тенденціям, як-от: гендерні ролі, фемінізм, підтримка LGBTQ-спільноти та боротьба за екологічність.

Варто також зауважити, що незважаючи на десятирічний відтинок часу між зазначеними періодами, у статтях 2019–2020 рр. є теми, що повторюються з 2008–2009 рр.: креатив, споживач. Але ці теми наприкінці 2010-х рр. аналізувалися вже з іншого, актуальнішого погляду [24].

Відоме наукове видавництво *Taylor & Francis Group* виклало на своїй онлайн-платформі добірку статей, які воно називало в 2020 р. найвпливовішими нещодавніми публікаціями офіційних журналів Американської академії реклами [25]. Добірка складається зі статей у трьох журналах: 1) *Journal of Advertising*; 2) *Journal of Interactive Advertising*; 3) *Journal of Current Issues and Research in Advertising*. У добірці загалом було 19 матеріалів, із них 16 опубліковано в 2019 р., 2 — у 2018 р. і 1 стаття — в 2017 р.

У процесі аналізу, крім таких неодмінних тем рекламних видань, як споживач і бренд, слід виокремити ще одну провідну тему — інфлюенсери. Цій проблематиці присвячено 3 статті з 19. Зокрема, у двох статтях це явище розглядається як складник інфлюенсерського маркетингу, а в третій — інфлюенсерської реклами [25].

Аналіз книжкових видань, а також рефератів дисертацій, які зберігаються в Національній бібліотеці України ім. В.І. Вернадського, виявив зміни в ключовій термінології українських теоретиків PR, низку інших особливостей цієї категорії українських публікацій.

Серед книг, присвячених переважно рекламі, близько 40 % становлять навчальні видання під назвою «Рекламний менеджмент». Ідеться здебільшого про навчальні посібники. Збірник текстів наукових статей та підручник можна назвати своєрідними винятками. Інший галузевий аспект розглядає Т. Булах у своєму навчальному посібнику «Реклама у видавничій справі» [26]. Утім, цього видання, яке вийшло друком у 2011 р., недостатньо для ознайомлення сучасних студентів із рекламним потенціалом електронних видань та деякими напрямками роботи рекламіста-видавця, адже галузь зазнала значних технологічних і політико-економічних змін із часу публікації.

У навчальному посібнику М. Кіци «Реклама в ЗМІ» реклама також подається під специфічним кутом зору, з урахуванням масмедійних аспектів [27]. Такий розгляд реклами для українського медіазнавства є дуже актуальним. Невеликий обсяг посібника та широкий спектр принагідно розглянутих у ньому питань залишає, однак, великий простір для подальшої науково-методичної роботи з вивчення мас-медійної реклами.

Актуальним є й зміст навчального посібника Д. Яцюка [28]. Цю книгу видано у 2018 р., й більшість рекомендацій у ній усе ще можуть ефективно застосовуватися в рекламній практиці початку 2020-х рр.

Переважно базові питання реклами, без акценту на галузевій специфіці, розглядаються у посібнику А. Досенко «Реклама: базові аспекти для початківця» [29]. Виразну прикладну спрямованість має посібник С. Трухімовича, виданий у 2016 р. під назвою «Реклама. Конспекти копірайтера» [30].

Частка наукових монографій у НБУ ім. В.І. Вернадського — близько 30 % від загальної кількості книжок із реклами обсягом від 120 сторінок.

Юридичний аспект української реклами представлено в монографії Р. Ваксман «Рекламна діяльність: проблеми господарсько-правового забезпечення» [31].

Мас-медійний аспект реклами є головним предметом розгляду в монографії В. Георгієвської «Реклама — рушій розквіту: рекламно-довідкова преса на території Східної України (XIX — початок XX ст.)» [32], а також у монографії Н. Фурманкевич «Рекламний дискурс в електронних мас-медіа України: соціолінгвістичні особливості, форми творення в Інтернеті» [33].

Дискурсивний аналіз для вивчення реклами використовує також Н. Кутуза у збірнику

статей, виданому в 2015 р. під назвою: «Рекламний та PR-дискурс: аспекти впливу» [34]. Спираючись на публікації з ономастики, риторики, психолінгвістики, сугестивної та комунікативної лінгвістики, нейролінгвістичного програмування, авторка пропонує у цій книзі методику дослідження, спрямовану на конструювання рекламних та PR-слоганів.

Значну частку в українській бібліографії 2010-х рр. з реклами становлять щорічні видання тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Реклама: інтеграція теорії та практики», організатором якої був Київський національний торговельно-економічний університет.

Близько 90 % видань, в яких здебільшого розкривається тема зв'язків з громадськістю, є навчальні видання, зокрема підручники й навчальні посібники.

Що ж до вузькоаспектності, контексту, в якому розглядалися зв'язки з громадськістю, то можна виокремити хіба що два видання: навчально-практичний посібник для суддів і працівників апарату судів «Зв'язки із громадськістю в судах» і навчальний посібник М. Єніна «Паблік рілейшнз у роботі соціолога» [35].

Найважливіша ж тенденція, яка виявилася у дослідженому корпусі українських книжкових видань, полягає у тому, що дуже популярний у 1990–2000-х рр. в українській науковій та навчальній літературі варваризм «паблік рілейшнз» був майже повністю витіснений у 2010-х на периферію українського науково-педагогічного процесу. У дослідженому масиві публікацій, представленою в колекції НБУ ім. В.І. Вернадського, частка навчальних книжкових видань, які містять термін «паблік рілейшнз» у заголовку, становить менше 15 %.

Висновки. У 2010–2019 рр. у наукових дослідженнях дуже багато уваги приділялося діджитал-складнику реклами та зв'язків з громадськістю, а саме проведенню онлайн-івентів, використанню та впливу електронних мас-медіа, штучному інтелекту, що становило основний тематичний пласт сучасних видань. Окрім того, оновлено інформацію щодо загальних дисциплін галузі, таких як історія та психологія реклами і PR.

Аналіз статей *“Journal of Advertising”* засвідчив значну тематичну розбіжність праць 2008–2009 та 2019–2020 рр. Протягом першого періоду науковці віддавали перевагу дослідженню більш абстрактних понять. Зокрема, велику частину праць присвячено креативу: що саме може здивувати споживачів, що та як запам'ятовується, моделі креативного процесу

тощо. Конкретика в тематиці стосується лише дослідження приватності споживача та зіркового ендорсменту. Натомість номери цього журналу за 2019–2020 рр. містять багато інформації щодо комп'ютерної реклами та загальних соціальних світових тенденцій, характерних для кінця 2010-х рр., зокрема переведення багатьох процесів на діджитал-платформи.

Одним із провідних напрямів досліджень у галузі став аналіз теми інфлюенсерів, тобто лідерів громадської думки, в цифрових соціальних мережах.

Дослідженням виявлено, що наприкінці 2010-х рр. усе ще зберігалася парадоксальна ситуація: співіснування, з одного боку, дуже поширеного уявлення про рекламу як про сферу суто практичної діяльності й у жодному разі не науку, а з другого — великої кількості авторитетних спеціалізованих наукових журналів із реклами, зокрема й у базі *Scopus*, які мали високий рівень цитованості в науковій літературі. Якщо ж узяти до уваги сотні періодичних видань у тій самій базі, в яких питання реклами та зв'язків з громадськістю є основною темою деяких публікацій, хоча й не основною тематикою журналу загалом, то статус реклами й тісно пов'язаного з нею напряму знань — зв'язків із громадськістю — варто вважати вагомим, принаймні станом на кінець дослідженого десятиліття.

Більше того, чимало представників цих двох галузей науки продуктивно працювали також у річищі потужного, плідного, досі престижного й перспективного загальнонаукового підходу — міждисциплінарного. Сфера реклами й зв'язків з громадськістю в 2010-ті рр. активно використовувала наукові підходи, методи, техніки, терміни, кінцеві результати та інші ресурси кількох десятків наукових галузей, сотень наукових шкіл, збагачуючи й науку, й освіту, й суб'єктів практичної рекламної та PR-діяльності.

Список використаних джерел

1. Gitelman L. *Raw Data Is an Oxymoron*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2013. 192 p.
2. Jaworska S. *Corpora and the Discourse of Advertising*. In: Friginal, E. & J. A. Hardy (Eds.). *The Routledge Handbook of Corpus Approaches to Discourse Analysis*. Chapter: 25. Routledge, 2020. Pp. 428–444.
3. Ruggero E. *The Post-Advertising Condition. A Socio-Semiotic and Semio-Pragmatic Approach to Algorithmic Capitalism* [Electronic resource]. *ResearchGate*. 2019. Reference: https://www.researchgate.net/publication/334371247_The_Post-advertising_Condition_A_Socio-Semiotic_and_Semio-Pragmatic_Approach_to_Algorithmic_Capitalism [Accessed: 08.09.2020].
4. *Semiofest: A Celebration of Semiotic Thinking*. Retrieved from: <https://www.semiofest.com> [Accessed: 16.09.2020].
5. Paula Pessôa L. A. G., Sá Mello da Costa A., Mello F. B., Tannuri M. R. *Nostalgia in Brazilian Mass Media Advertising: A Semiotic Perspective Latin American Business Review*. *Latin American Business Review*, 2020, № 3, 279–306 p.
6. L'Etang J. *Public Relations in Britain: A History of Professional Practice in the Twentieth Century*. London: Lawrence Erlbaum, 2004. 275 p.
7. Fitch, K., L'Etang, J. *Problematising History in the Public Relations curriculum*. *Corporate Communications: An International Journal*: Emerald Publishing Limited, 2020, Vol. 25 № 4, 703–716 p.
8. Афанасьєв І.Ю. *Історія PR: навч. посіб. К.: Алерта, 2016. 140 с.*
9. Stroebe W., Fennis B. *The Psychology of Advertising*. Routledge; 3rd edition, 2020. 478 p.
10. Brunner B., Smallwood A. *Prioritizing Public Interest in Public Relations: Public Interest Relations*. [Electronic resource]. *ResearchGate*. 2019. Reference: https://www.researchgate.net/publication/335366893_Prioritizing_public_interest_in_public_relations_Public_interest_relations [Accessed: 08.09.2020].
11. Johnston J. *Public Relations and the Public Interest*. Taylor & Francis Group, 2018. 214 p.
12. Melian L., Anggara U. T., Nursikuwagus A. *E-Event for Public Relation Services in IoT using Object Oriented Method*. [Electronic resource]. *ResearchGate*. 2019. Reference: https://www.researchgate.net/publication/337401987_E-Event_for_Public_Relation_Services_in_IoT_using_Object_Oriented_Method [Accessed: 08.09.2020].
13. Galloway C., Swiatek L. *Public Relations and Artificial Intelligence: It's not (just) about robots*. [Electronic resource]. *ResearchGate*. 2018. Reference: https://www.researchgate.net/publication/328500318_Public_relations_and_artificial_intelligence_It%27s_not_just_about_robots [Accessed: 08.09.2020].
14. Nobre G. *Artificial Intelligence (AI) in Communications: Journalism, Public Relations, Advertising, and Propaganda*. [Electronic resource]. *ResearchGate*. 2020. Reference: https://www.researchgate.net/publication/343425849_Artificial_Intelligence_AI_in_communications_journalism_public_relations_advertising_and_propaganda [Accessed: 08.09.2020].
15. Li H. *Special Section Introduction: Artificial Intelligence and Advertising*. [Electronic resource]. *ResearchGate*. 2019. Reference: https://www.researchgate.net/publication/335631649_Special_Section_Introduction_Artificial_Intelligence_and_Advertising [Accessed: 08.09.2020].
16. Kietzmann J., Paschen J., Treen R. E. *Artificial Intelligence in Advertising: How Marketers Can Leverage Artificial Intelligence Along the Consumer Journey*. [Electronic resource]. *ResearchGate*. 2018. Reference: https://www.researchgate.net/publication/327500836_Artificial

Intelligence_in_Advertising_How_Marketers_Can_Leverage_Artificial_Intelligence_Along_the_Consumer_Journey [Accessed: 08.09.2020].

17. Eijlers E., Boksem A. S. M., Smidts A. Measuring Neural Arousal for Advertisements and Its Relationship With Advertising Success. [Electronic resource]. *ResearchGate*. 2020. Reference: https://www.researchgate.net/publication/342962559_Measuring_Neural_Arousal_for_Advertisements_and_Its_Relationship_With_Advertising_Success [Accessed: 08.09.2020].

18. Kumar S. Neuromarketing: The New Science of Advertising. [Electronic resource]. *ResearchGate*. 2015. Reference: https://www.researchgate.net/publication/288986334_Neuromarketing_The_New_Science_of_Advertising [Accessed: 08.09.2020].

19. Abbas A. A. The Impact of Neuromarketing Advertising on Children: Intended and Unintended Effects. [Electronic resource]. *ResearchGate*. 2019. Reference: https://www.researchgate.net/publication/335938910_The_Impact_of_Neuromarketing_Advertising_on_Children_Intended_and_Unintended_Effects [Accessed: 08.09.2020].

20. Hafez Md. Neuromarketing: A New Avatar in Branding and Advertisement. [Electronic resource]. *ResearchGate*. 2019. Reference: https://www.researchgate.net/publication/338432215_Neuromarketing_A_New_Avatar_in_Branding_and_Advertisement [Accessed: 08.09.2020].

21. Гуменна О.В., Гончарова К.О. Нейромаркетинг як інноваційний інструмент у маркетингу. *Наукові записки НАУКМА. Економічні науки*. 03.05.2018. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMAe_2018_3_1_9 (дата доступу: 08.09.2020).

22. Вулвуд В.В., Білоус А.Я. Нейромаркетинг — новітній інструмент впливу на поведінку споживачів у недосконалих умовах ринкової економіки України. *Інноваційна економіка*. 2013. № 7. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_7_50 (дата доступу: 08.09.2020).

23. Курбан О.В., Курбан С.О. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг. К.: ТОВ Видавництво «Білий Тигр», 2019. 151 с.

24. Journal of Advertising. [Electronic resource]. Reference: <https://www.tandfonline.com/toc/ujoa20/current> [Accessed: 30.11.2020].

25. Discover the Official Journals of The American Academy of Advertising. Enjoy Free Access to the Recent Articles that Have Been the Most Influential. [Electronic resource]. Reference: https://think.taylorandfrancis.com/influential-advertising-articles-of-the-aaa/?utm_source=CPB&utm_medium=cms&utm_campaign=JPC13524# [Accessed: 30.11.2020].

26. Булах Т. Реклама у видавничій справі: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / М-во культури України, Харк. держ. акад. культури. Х., 2011. 223 с.

27. Кіца М. Реклама в ЗМІ: навч. посіб. / Нац. ун-т «Львів. політехніка». Л.: Ліга-Прес, 2017. 150 с.

28. Яцюк Д. Реклама в Інтернеті: навч. посіб. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2018. 295 с.

29. Досенко А. Реклама: базові аспекти для початківця: навч.-метод. посіб. / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Каф. зв'язків з громадськістю та журналістики. К.: КНУКіМ, 2017. 218 с.

30. Трухімович С. Реклама. Конспекти копірайтера. Л.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2015. 102 с.

31. Ваксман Р. Рекламна діяльність: проблеми господарсько-правового забезпечення: моногр. Х.: Юрайт, 2014. 205 с.

32. Георгієвська В. Реклама — рушій розквіту: рекламно-довідкова преса на території Східної України (XIX — початок XX ст.): моногр. К.: АДЕФ-Україна, 2010. 316 с.

33. Фурманкевич Н. Рекламний дискурс в електронних мас-медіа України: соціолінгвістичні особливості, форми творення в Інтернеті: дис. ... канд. наук: 27.00.06. 2009.

34. Кутуза Н. Рекламний та PR-дискурс: аспекти впливу: зб. ст. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2015. 288 с.

35. Єнін М. Паблік рілейшнз у роботі соціолога: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл., що навчаються за спец. «Соціологія» / Держ. закл. «Луган. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка». Луганськ: ДЗ «ЛНУ ім. Тараса Шевченка», 2012. 196 с.

References

1. Gitelman, L. (2013). *Raw Data Is an Oxymoron*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 192 p. [in English].

2. Jaworska, S. (2020). Corpora and the Discourse of Advertising. In: Friginal, E. & J. A. Hardy (Eds.) *The Routledge Handbook of Corpus Approaches to Discourse Analysis*, Chapter: 25, Routledge, pp. 428–444 [in English].

3. Ruggero, E. (2019). The Post-Advertising Condition. A Socio-Semiotic and Semio-Pragmatic Approach to Algorithmic Capitalism. [Electronic resource]. *ResearchGate* [in English].

https://www.researchgate.net/publication/334371247_The_Post-advertising_Condition_A_Socio-Semiotic_and_Semio-Pragmatic_Approach_to_Algorithmic_Capitalism

4. Semiofest: A Celebration of Semiotic Thinking. [in English].

<https://www.semiofest.com>

5. Paula Pessôa, L. A. G., Sá Mello da Costa, A., Mello, F. B., & Tannuri, M. R. (2020). Nostalgia in Brazilian Mass Media Advertising: A Semiotic Perspective Latin American Business Review. *American Business Review*, 2020, № 3, pp. 279–306 [in English].

6. L'Etang, J. (2004). *Public Relations in Britain: A History of Professional Practice in the Twentieth Century*. London: Lawrence Erlbaum, 275 p. [in English].

7. Fitch, K., & L'Etang, J. (2020). Problematising History in the Public Relations curriculum. *Corporate Communications: An International Journal*: Emerald Publishing Limited, 2020, Vol. 25 № 4, pp. 703–716 [in English].

8. Afanasiev, I. Yu. (2016). *Istoriia PR [History of PR]*. Textbook, Kyiv: Alert, 140 p. [in Ukrainian].

9. Stroebe, W., & Fennis, B. (2020). *The Psychology of Advertising*. Routledge; 3rd edition, 478 p. [in English].

10. Brunner, B., & Smallwood, A. (2019). Prioritizing Public Interest in Public Relations: Public Interest Relations. [Electronic resource]. *ResearchGate* [in English].
https://www.researchgate.net/publication/335366893_Prioritizing_public_interest_in_public_relations_Public_interest_relations
11. Johnston, J. (2018). Public Relations and the Public Interest. Taylor & Francis Group, 214 p. [in English].
12. Melian, L., Anggara, U. T., & Nursikuwagus, A. (2019). E-Event for Public Relation Services in IoT using Object Oriented Method. [Electronic resource]. *ResearchGate* [in English].
https://www.researchgate.net/publication/337401987_E-Event_for_Public_Relation_Services_in_IoT_using_Object_Oriented_Method
13. Galloway, C., & Swiatek, L. (2018). Public Relations and Artificial Intelligence: It's not (just) about robots. [Electronic resource]. *ResearchGate* [in English].
https://www.researchgate.net/publication/328500318_Public_relations_and_artificial_intelligence_It%27s_not_just_about_robots
14. Nobre, G. (2020). Artificial Intelligence (AI) in Communications: Journalism, Public Relations, Advertising, and Propaganda. [Electronic resource]. *ResearchGate* [in English].
https://www.researchgate.net/publication/343425849_Artificial_Intelligence_AI_in_communications_journalism_public_relations_advertising_and_propaganda
15. Li, H. (2019). Special Section Introduction: Artificial Intelligence and Advertising. [Electronic resource]. *ResearchGate* [in English].
https://www.researchgate.net/publication/335631649_Special_Section_Introduction_Artificial_Intelligence_and_Advertising
16. Kietzmann, J., Paschen, J., & Treen, R. E. (2018). Artificial Intelligence in Advertising: How Marketers Can Leverage Artificial Intelligence along the Consumer Journey. [Electronic resource]. *ResearchGate* [in English].
https://www.researchgate.net/publication/327500836_Artificial_Intelligence_in_Advertising_How_Marketers_Can_Leverage_Artificial_Intelligence_Along_the_Consumer_Journey
17. Eijlers, E., Boksem, A. S., M., & Smidts, A. (2020). Measuring Neural Arousal for Advertisements and Its Relationship with Advertising Success. [Electronic resource]. *ResearchGate* [in English].
https://www.researchgate.net/publication/342962559_Measuring_Neural_Arousal_for_Advertisements_and_Its_Relationship_With_Advertising_Success
18. Kumar, S. (2015). Neuromarketing: The New Science of Advertising. [Electronic resource]. *ResearchGate*. [in English].
https://www.researchgate.net/publication/288986334_Neuromarketing_The_New_Science_of_Advertising
19. Abbas, A. A. (2019). The Impact of Neuromarketing Advertising on Children: Intended and Unintended Effects. [Electronic resource]. *ResearchGate* [in English].
https://www.researchgate.net/publication/335938910_The_Impact_of_Neuromarketing_Advertising_on_Children_Intended_and_Unintended_Effects
20. Hafez, Md. (2019). Neuromarketing: A New Avatar in Branding and Advertisement. [Electronic resource]. *ResearchGate* [in English].
https://www.researchgate.net/publication/338432215_Neuromarketing_A_New_Avatar_in_Branding_and_Advertisement
21. Humenna, O.V., & Honcharova, K.O. (2018). Neuromarketing as an Innovative Tool in Marketing. [Electronic resource]. *Naukovi zapysky NaUKMA, Economic Sciences* [in Ukrainian].
http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMAe_2018_3_1_9
22. Kurban, O. V., & Kurban, S. O. (2019). Neuromarketynh: reklama, PR, digital-marketing, brendynh [Neuromarketing: Advertising, PR, Digital-Marketing, branding]. Kyiv: TOV Vydavnytstvo «Belyi tyhr», 151 p. [in Ukrainian].
23. Woolwood, V. V., & Bilous, A. Ya. (2013). Neuromarketynh — novitnii instrument vplyvu na povedinku spozhyvachiv u nedoskonalykh umovakh rynkovoi ekonomiky [Neuromarketing — The Latest Tool for Influencing Consumer Behaviour in Imperfect Conditions of the Market Economy of Ukraine]. [Electronic resource]. *Innovatsiina ekonomika*, 2013, № 7 [in Ukrainian].
http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_7_50
24. Journal of Advertising. [Electronic resource]. [in English].
<https://www.tandfonline.com/toc/ujoa20/current>
25. Discover the Official Journals of The American Academy of Advertising. Enjoy Free Access to the Recent Articles that Have Been the Most Influential. [Electronic resource]. [in English].
https://think.taylorandfrancis.com/influential-advertising-articles-of-the-aaa/?utm_source=CPB&utm_medium=cms&utm_campaign=JPC13524#
26. Bulakh, T. (2011). Reklama u vydavnychii spravi [Advertising in Publishing]. Textbook for students of higher educational institutions, Ministry of Culture of Ukraine, Khark. derzh. akad. kultury, 223 p. [in Ukrainian].
27. Kitsa, M. (2017). Reklama v ZMI [Advertising in Media]. Textbook, National University «Lviv. Polytechnic», Lviv: Liha-Pres, 150 p. [in Ukrainian].
28. Yatsiuk, D. (2018). Reklama v Interneti [Advertising on the Internet]. Textbook, Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 295 p. [in Ukrainian].
29. Dosenko, A. (2017). Reklama: bazovi aspekty dlia pochatkivtsia [Advertising: Basic Aspects for a Beginner]. Teaching methodology, Kyiv. National University of Culture and Arts, Dept. Public Relations and Journalism, Kyiv: KNUKiM, 218 p. [in Ukrainian].
30. Trukhimovych, S. (2015). Reklama. Konspekty kopiraitera [Advertising. Copywriter's Notes]. Lviv: Kyiv-Mohyla Academy Vydavnychyi dim, 102 p. [in Ukrainian].

31. Vaksman, R. (2014). Reklamna diialnist: problemy hospodarsko-pravovoho zabezpechennia [Advertising: Problems of Economic and Legal Support]. Monograph, Kharkiv: Yurait, 205 p. [in Ukrainian].

32. Heorhievskaya, V. (2010). Reklama — rushii rozkvit: reklamno-dovidkova presa na terytorii Skhidnoi Ukrainy (XIX — pochatok XX st.) [Advertising — the Driving Force of Prosperity: Advertising and reference press in the territory of Eastern Ukraine (19th — early 20th century)]. Monograph, Kyiv: ADEF-Ukraine, 316 p. [in Ukrainian].

33. Furmankevych, N. (2009). Reklamnyi diskurs v elektronnykh mas-media Ukrainy: sotsiolingvistychni osoblyvosti, formy tvorennia v Interneti [Advertising Discourse in the Electronic Mass Media of Ukraine: Sociolinguistic

Features, Forms of Creation on the Internet]. Dys ... Cand. of Sciences: 27.00.06 [in Ukrainian].

34. Kutuza, N. (2015). Reklamnyi ta PR-diskurs: aspekty vplyvu [Advertising and PR-Discourse: Aspects of Influence]. Collection of articles, Kyiv: Vydavnychi dim Dmytra Buraho, 288 p. [in Ukrainian].

35. Yenin, M. (2012). Public Relations in the Work of a Sociologist. Textbook for students of higher educational institutions studying “Sociology”, Derzhavnyi zaklad “Luhansk Taras Shevchenko National University”, Luhansk, 196 p. [in Ukrainian].

Подано до редакції: 28.11.2020 р.

Прийнято до друку: 28.12.2020 р.

Kubg.edu.ua

Крячок К.Л.,
викладач кафедри видавничої справи
Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка

Kateryna Kriachok,
Lecturer of the Department of Publishing Studies,
Institute of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University

<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2020.2-10.2>

УДК 655.4

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЄКТИ ІНКЛЮЗИВНОГО КНИГОВИДАННЯ (на прикладі інтерактивної книжки із завданнями для розвитку та корекції мовленнєвого апарату у дітей з вадами слуху, зору та психофізичними відхиленнями)

INNOVATIVE PROJECTS FOR INCLUSIVE PUBLISHING (the case of an interactive book with tasks for the development and correction of the speech apparatus in children with hearing, vision, and psychophysical disorders)

У статті викладено результати дослідження, що було виконано з метою пошуку оптимальної структури конкурентоспроможного інклюзивного видання для визначеної читацької аудиторії, яке мало б соціально відповідальне практичне призначення та могло зацікавити читацьку аудиторію.

Передбачається, що результатом проєкту буде створення та реалізація чотирьох частин інтерактивної цифрової книги для розвитку і корекції мовлення у дітей з різними вадами, що дасть змогу створити налагоджену комунікаційну стратегію щодо розвитку, адаптації та соціалізації таких дітей у суспільство за рахунок комплексної роботи індивідуальних учителів-дефектологів та батьків на базі створеного інноваційного проєкту.

Мета книги — навчити таких дітей елементарних речей та понять, розвинути або скоригувати мовлення, дрібну моторику, слухову увагу та загалом уявлення про навколишній світ. Це допоможе їм інтегруватися у суспільство, соціалізуватися та стати повноцінними його членами, а не залишатися в ізоляції.

Завданнями проєкту є розробка зрозумілого концепту та максимально простого, інтуїтивного інтерфейсу для зручності роботи педагога та самостійного користування особливими дітьми, створення чіткої структури та порядку вивчення тем, робота над контентом та розробка практичних завдань для самостійного виконання.

Ключові слова: інтерактивна книга, цифрова книга, інтерактивні завдання, інтерактивне навчання, персональне навчання, корекція мовлення, розвиток мовлення, вади слуху, вади зору, психофізичні відхилення, комунікація.

The article presents the results of a study conducted to find the optimal structure of a competitive inclusive publication for a certain readership, which would have a socially responsible practical purpose and could interest the readership.

The final result of the project involves the creation and implementation of four parts of an interactive digital book for the development and correction of speech in children with various disabilities. It will create a well-established communication strategy in the development, adaptation, and socialization of such children in society based on the created innovation project.

The purpose of the book is to teach such children basic things and concepts, to develop or adjust speech, fine motor skills, auditory attention, and general perception of the world around them. It will help them integrate into society, socialize and become full members, rather than remain isolated.

The project objectives are to develop a clear concept and the most simple, intuitive interface, which is necessary for the convenience of both the teacher and special children. Another considerable objective is to create a clear structure and procedure for studying topics, working on content, filling these topics, and developing practical tasks for self-implementation.

Key words: *interactive book, digital book, interactive tasks, interactive learning, personal learning, speech correction, speech development, hearing impairments, visual impairments, psychophysical disorders, communication.*

Актуальність теми інклюзивного книговидання зумовлена одразу кількома чинниками, найважливішими з яких є інноваційний розвиток видавничої галузі та соціальна відповідальність видавничого бізнесу. Ці чинники часто взаємопов'язані, оскільки, як вдало висловився В. Теремко, «у період суспільних трансформацій інновації мають подвійне соціальне навантаження — вони не просто вдосконалюють систему, а радикально реформують її в основоположних, принципових вимірах» [1, 61].

Огляд літератури і попередніх досліджень. Тема інклюзивного книговидання добре представлена у дослідженнях зарубіжних теоретиків (С. Ендрюс, М. Прейтер, Е. Вупер). Впродовж останнього десятиліття чимало українських науковців і практиків долучилося до вивчення проблем і перспектив інклюзивного книговидання (С. Водолазка, Н. Марченко, У. Гнідець, О. Осмоловська, В. Теремко, В. Шпак). Втім, тема ґрунтовно не вивчена й потребує подальших наукових розвідок.

Наше дослідження має прикладний характер, оскільки первинно ми поставили собі завдання створити книжкове видання для визначеної читацької аудиторії з метою забезпечення цікавого і якісного дозвілля, що також сприятиме загальному розвитку читача.

Мета дослідження полягає у пошуку оптимальної структури інклюзивного видання для відповідної читацької аудиторії (видання для загального розвитку дітей з вадами слуху, зору та психофізичного стану).

Для реалізації зазначеної мети визначено такий перелік **завдань**:

- вивчити особливості й інформаційні потреби зазначеної аудиторії;
- проаналізувати ринок інклюзивної книжкової продукції;
- розробити й обґрунтувати концепцію власного проекту.

Методи дослідження. Прагнучи дотримуватися принципів науковості, об'єктивності,

послідовності та системності, дослідниця керувалася загальнонауковими методами аналізу, синтезу, узагальнення. Також для вирішення поставлених завдань було використано методи емпіричного та теоретичного дослідження. Приміром, метод контент-аналізу допоміг класифікувати змістове наповнення інклюзивних видань, представлених на українському ринку, а метод типологізації — виокремити з-поміж інших книжки для визначеної нами читацької аудиторії, порівняльний аналіз — виявити переваги й недоліки книжок, що були обрані нами для більш глибокого вивчення, тощо.

Результати й обговорення. Проаналізувавши український ринок інклюзивної літератури, ми дійшли висновку, що більшою мірою він представлений виданнями літературно-художнього характеру. Твори призначені для широкого кола дітей-читачів та переважно розглядають морально-етичні аспекти взаємодії здорових дітей та дітей з інвалідністю, проблеми соціалізації особливих дітей; мають мотиваційний характер, що виховує прагнення до самореалізації і розвитку.

Велику групу також складають навчальні видання для дітей з інвалідністю.

Видання для дозвілля представлені незначною кількістю книжок. Тут також спостерігається прагнення видавців вийти на якомога ширшу аудиторію.

Також варто сказати, що українська інклюзивна література переважно друкована, цифрових книжок незначна кількість.

Зважаючи на отримані результати вивчення ринку та нашу вихідну мету — створити цифрову книжку для дозвілля інклюзивної тематики для дітей з вадами зору, слуху та психофізичного стану, було розроблено концепцію проекту.

Загальні концептуальні маркери — цифрова інтерактивна книжка для дозвілля розвивально-навчального спрямування для дітей дошкільного віку з вадами зору, слуху та психофізичного стану (див. табл. 1).

Детальні концептуальні маркери інклюзивного книжкового видання

Нормативні критерії	Концептуальні маркери
За знаковою природою інформації	Текстове видання
За способом виготовлення	Електронне видання
За періодичністю	Неперіодичне видання
За цільовим призначенням	Видання для дозвілля

Електронна книжка повинна мати зручний, інтуїтивний інтерфейс, що дасть змогу особливим дітям під час виконання ігрових завдань навчитися елементарних речей та понять, розвинути або скоригувати мовлення, дрібну моторику, слухову увагу та загалом уявлення про навколишній світ. Книжка має бути динамічною (ілюстративний і текстовий контент), дарувати дитині позитивні емоції, спонукати до сприйняття наведеної на її сторінках інформації, що через гру і казку сприяє розвитку дитини та підготовці її до системного навчання.

Структура книжки, назва і рубрикація. Увесь обсяг ігрових завдань розбито на чотири розділи і подано за наростаючим рівнем складності. Назва книжки «Світ навколо веселковий»

завдяки ритміці містить динаміку, створює позитивний образ світу без меж, приблизна внутрішня рима, що виникає під час прочитання назви книжки, має ігровий ефект.

У короткій передмові вміщено мотиваційне звертання до дитини, що читатиме книжку та виконуватиме ігрові завдання. Інструкцію для батьків та вчителів-дефектологів, які також зможуть використовувати видання для роботи з дітьми, подано наприкінці видання.

Рубрикація книжки зумовлена логічною послідовністю (див. табл. 2). Під час роботи над книгою робочі назви рубрик буде замінено ігровими фразами динамічного характеру, щоб привернути й утримати увагу дитини та спонукати її до самостійного опрацювання ігрових завдань.

Таблиця 2

Рубрикація інклюзивного книжкового видання (зміст рубрик)

Розділи	Наповнення розділів (підрозділи)
Стимуляція мовленнєвого розвитку	Обличчя. Руки. Емоції. Звуки
Розвиток мовлення	Мій дім. Мій день. Прогулянка парком. Мої вміння. Мої розваги. Ліс. Двір. Садок. Город. Рослини. Тварини. Птахи. Комахи. Водойми. Погода. Іграшки. Добре, погано. Мої речі. Меблі. Їжа. Транспорт
Формування слів	Односкладові слова. Двоскладові слова. Трискладові слова. Що це? Де, куди? Що я хочу? Що я можу? Що я маю? Словникові ігри
Граматики	Буква. Звук. Читання та побудова складів. Читання та побудова слова. Звуко-буквенний аналіз

Запропонований проєкт допоможе вирішити проблеми загальнодержавного, регіонального та галузевого рівнів. Так, за даними державної служби статистики України, станом на 2018 р. в Україні зафіксовано 2 млн 635 тис. осіб з інвалідністю — це 62 особи на тисячу населення. З них, за даними Міністерства охорони здоров'я України, 159 тис. дітей.

Кількість осіб з інвалідністю у навчальних закладах України становить 9 447 осіб у дошкільній освіті, 68 714 учнів у денних загальноосвітніх закладах, з них лише в середньому 9 тис. здобувають професійну або вищу освіту та 11 тис. офіційно працевлаштовані.

За допомогою інтерактивної книги інноваційний проєкт з розвитку та корекції мовленнєвого

апарату, а в подальшому формування базових побутових умінь у цієї особливої категорії громадян приведе до позитивної динаміки підвищення здатності до освіти та реалізації у соціумі та професії громадян з інвалідністю по всій території України.

Також успішна інтеграція у суспільство, виведення людей з інвалідністю на один рівень з іншими громадянами України позитивно вплине на освітню, економічну сфери країни та істотно поліпшить структуру та якість соціальної сфери захисту та забезпечення даної категорії населення.

Висновки. Запропонований проєкт не має аналогів в Україні та є інноваційним. Його розроблено на базі статичного аналізу ситуації

в Україні та відкритої ніші ринкового сегменту, що зміцнює зв'язок між наукою та виробництвом, створює умови для забезпечення розвитку та використання вітчизняного наукового потенціалу.

Проект має економічний та соціальний ефекти. Економічний ефект зумовлено швидкою окупністю проекту (2 роки). В основу соціального ефекту покладено комфортне інтегрування дітей з інвалідністю в соціум, їхнє подальше працевлаштування на протигагу пожиттєвій ізоляції. Саме тому проект має довгостроковий соціальний ефект в майбутньому.

Подяки. Авторка висловлює подяку своїй наставниці та колезі, кандидату наук із соціальних комунікацій, доценту кафедри видавничої справи Ніні Миколаївні Вернигорі за слушні поради і пропозиції під час підготовки матеріалу до друку.

Список використаних джерел

1. Теремко В. Видавництво — XXI. Виклики і стратегії: моногр. К.: Академвидав, 2012. 328 с.
2. Соціальний захист населення України: статистичний зб. / відп. за вип. О.О. Кармазіна; Державна служба статистики України. К., 2018. 122 с. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_szn_2017.pdf (дата звернення: 17.10.2019).
3. Національна доповідь «Про становище осіб з інвалідністю в Україні». *Національна асамблея людей з інвалідністю України: всеукраїнське громадське об'єднання*. 1.03.2012. URL: <https://naiu.org.ua/natsionalna-dopovid-pro-stanovishche-invalidiv-v-ukrajini/> (дата звернення: 17.10.2019).
4. Участь осіб з інвалідністю у культурному житті, проведення дозвілля і відпочинку. Національна

доповідь. К., 3.03.2016. *Міністерство культури України*. URL: http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245299256&cat_id=245299213 (дата звернення: 17.10.2019).

5. Disability and Disabilism. *Council of Europe*. URL: <https://www.coe.int/en/web/compass/disability-and-disabilism>

References

1. Teremko, V. (2012). *Vydavnytstvo — XXI. Vyklyky i stratehii* [Publishing House — XXI. Challenges and Strategies]. Monograph, Akademvydav, Kyiv, 328 p. [in Ukrainian].
2. Karmazina, O. O. (Ed.) (2018). *Sotsialnyi zakhyst naselennia Ukrainy* [Social Protection of the Population of Ukraine]. Statistical collection, Kyiv, 122 p. [in Ukraine]. http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_szn_2017.pdf
3. *Pro stanovishche osib z invalidnistiu v Ukraini* [On the Situation of Persons with Disabilities in Ukraine]. (01.03.2012). *Natsionalna dopovid, Natsionalna asambleia liudei z invalidnistiu Ukrainy: vseukrainske hromadske obiednannia* [in Ukrainian]. <https://naiu.org.ua/natsionalna-dopovid-pro-stanovishche-invalidiv-v-ukrajini/>
4. *Uchast osib z invalidnistiu u kulturnomu zhytti, provedennia dozvillia i vidpochynku* [Participation of Persons with Disabilities in Cultural Life, Leisure and Recreation]. (03.03.2016). *National Report of the Ministry of Culture of Ukraine* [in Ukrainian]. http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245299256&cat_id=245299213
5. Disability and Disabilism. *Council of Europe* [in English]. <https://www.coe.int/en/web/compass/disability-and-disabilism>

Подано до редакції: 30.11.2020 р.

Прийнято до друку: 28.12.2020 р.

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

Досенко А.К.,

доцент кафедри журналістики та нових медіа
Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка,
кандидат наук із соціальних комунікацій
Ел. пошта: o.dosenko@kubg.edu.ua

Anzhelika Dosenko,

Associate Professor of Journalism
and New Media Department,
Institute of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University,
PhD in Social Communication
Email: o.dosenko@kubg.edu.ua
ORCID iD 0000-0002-5415-1299

Гандзюк В.О.,

завідувач кафедри журналістики та нових медіа
Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка,
кандидат наук із соціальних комунікацій
Ел. пошта: v.handziuk@kubg.edu.ua

Vitaliy Handziuk,

Head of the Journalism
and New Media Department,
Institute of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University,
PhD in Social Communication
Email: v.handziuk@kubg.edu.ua
ORCID iD 0000-0002-4312-6848

<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2020.2-10.3>

УДК 007(075.8). 077

РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ БЛОГОСФЕРИ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ

DEVELOPMENT OF UKRAINIAN BLOGOSPHERE: THEORETICAL ASPECTS OF ANALYSIS

Статтю присвячено дослідженню динаміки розвитку української блогосфери у період з 2015 до 2019 р. (до-сліджувану аудиторію становлять українці віком від 18 до 40 років), визначенню відмінностей різних мережевих щоденників та реального рівня конкурентоспроможності блогів порівняно з іншими аматорськими завантаженнями мережі. Також аналізується феномен жанру блогу. Блоги розглядаються як форма не лише непрофесійної журналістики, але й публічної комунікації, що дає змогу безпосередньо впливати на соціальні групи.

Крім того, наведено класифікацію різновидів блогів та короткий історичний огляд їх розвитку, оскільки у різних країнах блогосфера розвивалася і набувала популярності по-різному. У статті також розглядається та деталізується поняття стигматизації блогосфери, її контенту та тематичного складу. Водночас представлено загальне бачення авторів щодо впливу стигм на тексти блогів, наслідків стигматизації під час ведення блогів інтернет-користувачами, а особливо тими, хто пережив трагічні події на Сході України та змушений був залишити дімівку в Донецькій та Луганській областях.

У статті міститься й авторське визначення стигматизації контенту блогів та описані можливі його різновиди. Автори наводять власне бачення динаміки розвитку сучасної вітчизняної блогосфери як ключового середовища для розвитку аматорських медіа та інтернет-комунікації.

Ключові слова: блог, блогери, динаміка, живий журнал, типологія, клеймо, стигматизація.

The article deals with the research of modern dynamics of the development of Ukrainian blogosphere in the period from 2015 to 2019. The research audience consisted of Ukrainian young people aged 18 to 40. It gives the opportunity to see the real difference in the picture of development of network diaries. The phenomena of blog genre is described. We examine

blogs not only as a form of unprofessional journalism but also as a form of public communication, which makes it possible to directly influence social groups.

The hierarchy of varieties of blogs is given. Blogs were engendered for the facilitation of process communication between people. In different countries blogosphere developed and gained popularity in different ways. Short historical digression of their development is given.

The articles consider and detail the concept of stigmatization of blogospheres, its content and thematic composition. At the same time, the authors' general vision of displaying the stigma on the text of blogs, the consequences of stigmatization during the publication of texts of their own blogs, in particular those Internet users who have reviewed important divisions and are migrants from Donetsk and Luhansk regions.

The article presents the definition of stigmatization of blog content and describes its possible varieties. The author's vision of the dynamics of development of the modern domestic blogosphere as a key environment for the development of amateur media and Internet communication is described.

Key words: blog, bloggers, dynamics, living journals, typology, stigmas, stigmatization.

Introuduction

An origin and existence of amateur media of loads is stipulated expansion of the influence of the Internet. Extending the horizons, network as communicative platform creates all the conditions for users to use not only social network for communications but to create own pages. The first amateur media were called electronic diaries.

Many Ukrainian scientists study the media industry from the standpoint of the development of the Internet environment and its main concepts today. Among them, we consider the works of A. Zakharchenko, L. Kalmykova, B. Potiatynyk as important scientific achievements.

The aim of the work is to study the frequency of dynamics of development of modern Ukrainian blogosphere from 2015 to 2019.

The task of the article is to describe the leading trends in blogs development.

The methods: research of scientific literature, analytical and descriptive.

We characterize an electronic diary as "form of amateurish journalism, documentary prose of new generation, which take place the first stage. It results in appearances of new point of view and new attitude not only to a hypertext but also on journalism in general. Through the searching system are found not only for a person which causes interest to it but also biggest-selling pick-of-the-days, week, month. In such case texts of correspondences (blogs, chats, forums) are interlacing of the enormous field of information into a network" [Dosenko, 2012: 34]. The hypertext of diary comes forward as a primary and basic element of absorption of the informative field by an audience.

Blog is a web site main maintenance of which records, images or multimedia, that added regularly. Blog as a genre develops in two ways: diaries and thematic blogs. People divide events

from the personal life in diaries, discuss information from interesting links by seditious ideas, poems, and in general whichever. Such sites are intended for the comparatively small circle of acquaintances or people with common interests.

The blogs topics were obtained through the influence and confession in 2015-2003 when a couple of political scandals erupted after publications in blogs in the USA. Currently, the audience of popular English-language blogs attracts a few million unique visitors a month. Professional bloggers live from publicist activity, renewing the sites once or twice on a day and earning money on advertising. Many "main stream media" information portals have also introduced author blogs in order to keep up with the dynamics and popularity of new media.

Blogs became a solid confession when everyone, even not too experienced Internet user, had the opportunity to run a personal blog simply and for free. A site "Blogger" was launched in 1999, and then the "Live Journal" (Livejournal.com) started. "Live" well represents an epithet, the idea intercourses, of communication between many people who search notes and can leave comments in a strangers' diaries.

The assessment of the benefits of such a policy was first seen: in November 2000, in the midst of the presidential election in the United States, the blog of TalkingPointsMemo was launched by the visitors which discussed the count of voices in the state Florida [Dosenko, 2012: 55]. The emergence of the blog gave an opportunity to express loudly and officially, it became a convenient form of recording.

However, at the very beginning blogs were not such popular, as nowadays, because only the two-bit of people had an access to the Internet.

Moreover, the researcher I. Savchuk made an attempt to define the hierarchy of varieties

of blogs on the Internet after the semantic filling. According to his opinion, hierarchical classification of blogs consists of such units:

1. *Personal blogs*: political blogs, travel blogs, culinary blogs, shelf blogs, sport blogs, domestic blogs, art blogs, blogs-quizes, dream blogs, musical blogs;

2. *Corporate blogs*: blogs of political parties and organizations, blogs of scientific establishments and organizations, blogs of Government and local self-government, blogs of business corporations;

3. *On-line media*: business, social and political, publicly informative, informational and analytical, glossy, specialized [Savchuk, 2009: 227].

In addition to keeping a diary, quoting the texts of other blogs is one form of communication in the community. Authors of different diaries unite on the same plane of communication based on common interests. Community is differentiated by subject and social structure... [Savchuk, 2009: 228].

New media have opened up extraordinary opportunities for the network method of political communication: addressing each voter not only during political meetings, rallies, or from the TV screen, but also online. It got the feeling that every idea was listened to and promptly responded to... [Savchuk, 2009: 228].

We consider that "blog is a form of public communication, separate, personal, opened for extraneous access and comments page of user of network in blogosphere. That is create for the sake of expansion of own of communication possibilities of blogger, creates terms for the fast and unskilled publication at the desire of author to remain 'incognito'" [Dosenko, 2012: 56]

A blog is a concept of the Internet sphere. The blog was created to facilitate the process of communication between people with common interests. In different countries, the blogosphere developed and spread variously. At present, many researchers are selected by the systematic classification of blogs. And the main functions of this genre are informative, interrogative, function of establishment, function of establishment of contacts. We can probably say that blog became an extremely popular and effective means of communication. As we can see from history, politicians were the first to appreciate the place of blogs in the communication process. It allowed them to successfully involve citizens into the pre-election campaign.

In fact, the amount of network diaries is growing in geometric progression every year. Thus, according to statistical data, the amount of blogs

in the Ukrainian blogosphere has increased by 15 percent over the past four years. It can be seen from the following indexes, which show the growth in the use of UA network blogs over the past few years.

The number of Ukrainian blogs has been growing ever. As shown in the charts, the growth of blogs occurred during all the years we studied. However, 2015 brought the greatest revival. We associate this with the events taking place in the east of Ukraine.

There are 120,000 active blogs in Ukraine today. There were 75,000 of them over the past year. Pay attention that in relative indexes growth of active blogs rates are excelled by the rates of growth of blogosphere on the whole. Amount of bloggers, who write in Ukrainian language, increased a bit. Previously, it was 7% of bloggers, today its about 8%. [Dosenko, 2018: 14]

For the last few years the amount of Ukrainian blogs grew more than 50%. Now it reaches about 1.1 million (in total, there were about 700,000 in last year). The number of active blogs did not grow only because of fusion but also reduced. There were 120,000 and herein only 100,000 over the last year. The active on methodology are considered those blogs, the last entry which was posted not later than three months ago and their general amount is not less to five.

The concept of a diary is usually associated with something personal, a secret. Creating blog on the site or on the basis of another site, one can set tuning so that except for those who will not be accessible to. Then the question arises. Why does it occupy a place in the Internet resource and who benefits from this at least?

And it can definitely be as for you as for others. One can bring for the users of the Internet as well as for web-masters interesting and necessary information, share advices, opinions on self-realization. Today, blogging is an effective way to make money. There are those based on participation in various projects. On the blog, you can transfer resources, publish content of both an entertaining and analytical nature.

The researcher Borys Potiatynyk approaches the definition of a blog and its place in journalism. He marks that nothing entangled the map of journalistic theoretical field. Besides, he notes that in scientific literature, positions can be traced from the categorical denial of blogs belonging to the sphere of journalism — to their recognition as author's projects, "newspapers with one journalist", "civil", "public" or "amateur" journalism. And indeed, there are many cases when unknown bloggers became journalists, and

their author projects passed from informative marginal in to mainstream. [Potiatynyk, 2004: p. 21].

An attempt to mark off journalism from the blogosphere is as plain as a pikestaff. Lenient is scornful, attitude towards blogs above all things is extraordinarily simple process of starting/registering a blog. Anyone can registering a regular small e-mail box.

Moreover, one of the main problems of the Ukrainian blogosphere is stigmatization.

The phenomenon of stigma is studied nowadays from the position of stamp in a network environment. On the whole, an idea exists, that "stigma" as concept unit is inherent in psychology. This work contains the attempt of leading to explain that stigma and process of stigmatization on a line can be represented in network intercourse and restrain a serious rooting in consciousness of individual and dictate him leading communicative aspects. We examine stigmas as phenomenon of imposition of stamps in social network, blogs, forums and chats, marking personality and giving it to the tint of negative sociality in electronic communicative sphere.

Stigma of Ukrainian bloggers (especially of those who write from Donetsk and Luhansk regions) are connected with an undesirable behaviour or negative experience: religious beliefs, war experience, economic situation and other characteristics. Distortion of objective reality occurs in stigmatization of society. That is exactly the phenomenon of stigmatization generated by the process of self-stigmatization of the personality, and results "distortion of reality": a person is not capable (especially in a first period of life) of adequate perception and response.

Practically occurs on almost all communication platforms of the Internet media environment (you can safely take social networks, blogs, forums and chats here). The illusion of intercourse is here created, that is why there is authenticity of individual as in society, and therefore direct imposition of stamps goes to an user.

Conclusions

Blogging as a process of communication is very popular and widespread nowadays. It is necessary to study the dynamics of the development of blogs in the Ukrainian blogosphere today, because almost everyone has their own page or diary.

A blog as a form of public communication opens up opportunities for interpersonal communication processes. This makes it possible to define a blog as a form of public journalism.

This happened because of their popularity and availability.

Besides, scientists should talk about blogs as a public form of journalism, namely as a new way of "amateur journalism". Today, an important aspect of research is a blog as a communicative type of public journalism, which actively functions in the network and develops as a communicative platform. It is worth further studying the dynamic nature of the functioning of the blogosphere as a social communication platform.

Список використаних джерел

1. Досенко А.К. Електронні щоденники як одиниці соціальних комунікацій. К., 2012. 202 с.
2. Досенко А.К. Блогінг і громадська журналістика: зона дифузності. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 1. С. 12–17.
3. Захарченко А. Термінологічні підходи до визначення новітніх жанрів у ЗМК. *Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку*: зб. наук. пр. Черкаси, 2007. С. 14–16.
4. Савчук І.І. Фреймова модель комунікативної ситуації суперництва. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. Житомир, 2004. Вип. 17. С. 227–230.
5. Потятиник Б. Мас-медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика. Л.: ПАІС, 2004. 312 с.
6. Психологія мови і психолінгвістика: навч. посіб. для студ. ВНЗ / Л.О. Калмикова, Г.В. Калмиков, І.М. Лапшина, Н.В. Харченко, [голов. ред. Калмикова Л.О.]. Переяслав-Хмельницький: Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім. Григорія Сковороди, Вид. «Фелікс», 2008. 235 с.

References

1. Dosenko, A. K. (2012). Elektronni shchodennyky yak odynytis sotsialnykh komunikatsii [Electronic Diaries as Units of Social Communication]. K., 202 p. [in Ukrainian].
2. Dosenko, A. K. (2018). Bloging i hromadska zhurnalistyka: zona dyfuznosti [Blogging and Community Journalism: The zone of defusity]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii*, 2018, № 1, pp. 12–17 [in Ukrainian].
3. Zakharchenko, A. (2007). Terminolohichni pidkhody do vyznachennia novitnykh zhanriv u ZMK [Terminological Approaches to the Definition of New Genres in Media]. *Ukrainska zhurnalistyka: umovy formuvannia ta perspektyvy rozvytku*, zbirnyk naukovykh prats, Cherkasy, pp. 14–16 [in Ukrainian].
4. Savchuk, I. I. (2004). Freimova model komunikatyvnoi situatsii supernystva [Frame Model of the Communicative Situation of Rivalry]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka*, Zhytomyr, № 17, pp. 227–230 [in Ukrainian].

5. Potiatynuk, B. (2004). Mas-media: kliuchi do rozuminnia [Mass Media: Keys to Understanding]. Seriia: *Mediakrytyka*, Lviv: PAIS, 312 p. [in Ukrainian].

6. Kalmykova, L. O. et al (2008). *Psykhohihiia movy i psykhohihivstyka* [Psychology of Language and Psycholinguistics]. Textbook [ed. Kalmykova L. O.],

Pereiaslav-Khmelnytskyi, Pereiaslav-Khmelnytskyi State Pedagogical University named after Hryhorii Skovoroda, Vyd. «Feliks», 235 p. [in Ukrainian].

Подано до редакції: 18.12.2020 р.

Прийнято до друку: 28.12.2020 р.

КНИГОЗНАВСТВО, БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВО І БІБЛІОГРАФІЯ

Матвійчук О.Є.,

доцент кафедри освітнього лідерства
Інституту післядипломної освіти
Київського університету імені Бориса Грінченка,
кандидат педагогічних наук
Ел. пошта: o.matviichuk@kubg.edu.ua

Oksana Matviichuk,

Associate Professor of the Department
of Educational Leadership,
Institute of In-Service Training,
Borys Grinchenko Kyiv University,
PhD (Pedagogical Sciences)
E-mail: o.matviichuk@kubg.edu.ua
ORCID iD 0000-0002-8555-3645

Петрошук Н.Р.,

доцент кафедри історичної та громадянської освіти
Інституту післядипломної освіти
Київського університету імені Бориса Грінченка,
кандидат педагогічних наук
Ел. пошта: n.petroshchuk@kubg.edu.ua

Nataliia Petroshchuk,

Associate Professor of the Department
of Historical and Civic Education,
Institute of In-Service Training,
Borys Grinchenko Kyiv University,
PhD (Pedagogical Sciences)
E-mail: n.petroshchuk@kubg.edu.ua
ORCID iD 0000-0002-0906-0603

<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2020.2-10.4>

УДК 027.625(091)

ІСТОРІЯ КИЇВСЬКОЇ БІБЛІОТЕКИ ДЛЯ ДІТЕЙ В ІМЕНАХ

HISTORY OF KYIV LIBRARY FOR CHILDREN IN NAMES

У статті розглянуто 100-річну історію київської бібліотеки для дітей, яка є першою в Україні та однією з перших у Європі. Вона була заснована 17 серпня 1909 р. потомственою почесною громадянкою м. Києва Д. Доброю. Авторами проаналізовано історіографію цього питання і з'ясовано, що дослідження культурно-освітніх аспектів заснування та розвитку дитячої бібліотеки як соціокультурного явища багато десятиків років здійснюють М. Зніщенка, науковці Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського, Національної бібліотеки України для дітей, інших інституцій. Послугуючись історичним, біографічним, логічним методами, а також спостереження і порівняння, автори виконали пошук літератури, її аналіз та узагальнення, провели спостереження під час оприлюднення результатів пошуку для освітян та бібліотечних працівників м. Києва, учасників всеукраїнської онлайн-конференції, здобули новий цінний фактаж, виявили спільне у методах та формах діяльності бібліотеки на момент її заснування і нині, спрогнозували подальший розвиток установи. У результаті вивчення особливостей життєвого та творчого шляху засновників і очільників бібліотеки шляхом застосування біографічного методу встановлено, що на момент заснування бібліотеки її основою стала колекція книг найкращих творів вітчизняних і закордонних авторів мовою оригіналу, які відповідали новим вимогам виховання і викладання, сприяли інтелектуальному розвитку дітей і формуванню в Києві оригінального культурного прошарку населення. Робота за покликанням, любов до книги та бібліотеки, працелюбність — це найголовніше, що об'єднує трьох керівників бібліотеки (Д. Добру, Т. Гибу, М. Зніщенка), а бібліотека, що пройшла великий та складний шлях становлення та розвитку, і сьогодні забезпечує сприятливі умови для самореалізації дітей відповідно до їхніх інтересів та суспільних вимог.

Ключові слова: історія, дитяча бібліотека, Дора Добра, Микола Зніщенко.

The article aims to consider the 100-year history of Kyiv Library for Children which was the first in Ukraine and one of the first in Europe. It was founded by Dora Dobra, a hereditary honorary citizen of Kyiv, on August 17, 1909.

The historiography of this issue is analysed. It is found out that the study of cultural and educational aspects of the establishment and development of library for children as a socio-cultural phenomenon carry out for many decades by Mykola Znishchenko, scientists of V. I. Vernadskyi National Library of Ukraine, The National Library of Ukraine for Children, and other institutions. Historical, biographical, and logical methods, methods of observation and comparison allowed to search for literature, its analysis, and generalization, to conduct observations during the publication of search results for educators and librarians of Kyiv, participants of the All-Ukrainian online conference, to gain new valuable facts, to find out common in methods and forms of the library at the time of its foundation and nowadays, to predict the further development of the institution. The biographical method was used to study the peculiarities of the life and creative path of the library's founders and leaders. As a result, it was established that, at the time of the foundation, the base of books collection of the library included the best works of both domestic and foreign authors in the original language. That met the new requirements of education and teaching, contributed to the intellectual development of children and the original cultural stratum of Kyiv. The three heads of the library (Dora Dobra, Tetiana Giba, Mykola Znishchenko) were united by love for books and the library, diligence, and, most importantly, a strong sense of vocation. It is concluded that the library has gone through a long and difficult way of formation and development, and today provides favorable conditions for self-realization of children in accordance with their interests and social requirements.

Key words: history, library for children, Dora Dobra, Mykola Znishchenko.

Вступ. В Україні не так багато бібліотек, які можуть пишатися 100-річною безперервною історією своєї діяльності. І серед них слід згадати київську бібліотеку для дітей, яка стала першим таким закладом в Україні та одним із перших в Європі. Сьогодні це — комунальний заклад Київської обласної ради «Київська обласна бібліотека для дітей».

Історія бібліотек цікавила дослідників завжди, тому з часом у структурі загального бібліотекознавства виокремилася самостійна наукова дисципліна — історія бібліотечної справи в Україні, завданням якої є дослідження виникнення бібліотеки, її становлення та розвитку від давнини до сьогодення. Визначення історичної місії бібліотек, їхніх функцій у суспільстві і нині залишається актуальним питанням для науковців та практиків. Звісно, історія бібліотечної справи як наукова дисципліна за доби незалежності України має незаперечні здобутки і зберігає позитивну динаміку в проведеному наукових досліджень. Однак чимало аспектів історичного минулого бібліотечної справи в Україні ще залишаються недослідженими та неоприлюдненими як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях. Зокрема, йдеться про історію однієї з перших в Європі та першої в Україні бібліотеки для дітей, яка була заснована в столиці 17 серпня 1909 р. потомственою почесною громадянкою м. Києва Д. Доброю.

Уперше до розгляду цієї теми у 90-х роках ХХ ст. звернувся М. Зніщенко [1]. Історію бібліотек досліджують науковці Національної академії наук України, Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського, Інституту української археографії та джерелознавства ім. М.С. Грушевського, Державного комітету

архівів України, Центрального державного архіву вищих органів влади та управління України: Л. Дубровіна, Н. Малолетова, О. Онищенко, Г. Боряк, Н. Зубкова, О. Маврін, Н. Маковська, Н. Миронець, В. Омельчук, Р. Процик, П. Лохань. Зокрема, у біобібліографічному словнику «Історія української бібліотечної справи в іменах (кінець ХІХ ст. — 1941 р.)» укладач Л. Гарбар розмістив коротку біографічну довідку про засновницю досліджуваної нами бібліотеки Д. Добру та директорку закладу в 40-х роках ХХ ст. Т. Гибу [2]. Окремі факти про історію першої в Україні бібліотеки для дітей можна знайти у публікаціях В. Гольдмана, Д. Доброї, П. Мазурицького, Д. Малакова, Н. Малолетової, Т. Шамаріної та ін. [3–8].

Мета дослідження: представити широкому загалу в іменах історію однієї з перших в Європі та першої в Україні бібліотеки для дітей, заснованої в місті Києві. Підтвердити думку, що Київ завжди був і залишається одним із головних бібліотечних осередків України.

Завдання дослідження: проаналізувати історіографію зазначеного питання; представити біографічні дані трьох керівників бібліотеки; висвітлити та порівняти діяльність київської бібліотеки для дітей у минулому і сьогоденні.

Методи дослідження. У статті використано історичний і логічний методи. Зокрема, проведено пошук джерел дослідження у бібліотеках, архівах, приватних колекціях із подальшим ознайомленням та осмисленням отриманої інформації. Більшість матеріалів, які згодом було застосовано під час підготовки статті, надав дослідник історії дитячої бібліотеки М. Зніщенко.

У цій бібліотеці один раз на тиждень проводяться заняття для педагогів столиці, слухачів курсів підвищення кваліфікації, які мають

змогу ознайомитися тут з історією цієї бібліотеки, формами та методами її роботи, частково збереженими фондами (цінні та рідкісні видання). До речі, спостерігається значний інтерес слухачів до цих тем. Отже, у процесі проведення дослідження у комплексі інших емпіричних методів було також використано метод спостереження.

Цей метод дав нам змогу виявити лише зовнішні ознаки, зовнішні прояви фактів, тому було застосовано й інші методики. Приміром, із застосуванням методу порівняння вдалося, зокрема, визначити спільне та відмінне у методах та формах діяльності бібліотеки на момент її заснування і сьогодні, а виявлення подібного, як відомо, є першим кроком на шляху до пізнання закономірностей подальшого розвитку закладу. У процесі вивчення особливостей життєвого та творчого шляху засновників і очільників бібліотеки в певному макро- та мікросоціальному оточенні використали біографічний метод.

Матеріали дослідження було апробовано на всеукраїнській науковій онлайн-конференції «Київ і кияни у соціокультурному просторі України: історія міського повсякдення» (20 травня 2020 р.). Саме під час обговорення відома дослідниця м. Києва Олена Мокроусова надала додаткову інформацію про родину засновників бібліотеки, що додало нашому дослідженню новизни та практичної значущості.

Результати й обговорення. Культурологічна цінність Києва не обмежується пам'ятками історії та культури. В історичному плині століть воедино сплелися талант, відвага, волелюбність і добра вдача киян, які протягом століть розбудовували та духовно наповнювали нашу прекрасну столицю, оберіг великих і невмирущих традицій, і продовжують це робити сьогодні. Серед них — бібліотекарі, які закладають фундамент освіти й самоосвіти, збирають і поширюють скарбницю людського знання.

У Києві функціонує понад 1000 бібліотек різних систем та відомств, і кожна з них має свої традиції, історію, творить сьогодні. Є поміж них і ті, які мають особливу історію, адже за останні сто років ні на день не припиняли свою роботу. Це одна з перших в Європі та перша в Україні окрема спеціалізована бібліотека Д.Ю. Доброї для дітей, підлітків та керівників дитячого читання [9]. Згадку про заклад знаходимо у публікації відомого педагога С. Русової «Каталог книг дитячого читання. Детская библиотека Д.Ю. Доброї», надрукованій у журналі «Світло» за 1912 р. [10]. Про представлення бібліотеки Д. Доброї на Всеросійській виставці

в Києві йдеться у публікації Н. Сафроньєва в журналі «Библиотекарь» за 1913 р. [11]. Знайдено й дві публікації про бібліотеку за 1914 р. Це статті «Что и как читают дети? Анкета Киевской библиотеки Д.Ю. Доброї» М. Фінкельштейна та «Библиотека Д.Ю. Доброї в Киеве» Д. Доброї, опубліковані в журналі «Новости детской литературы» [12; 13].

Грунтовні дослідження про історію цієї бібліотеки розпочав М. Зніщенко. Результати своїх наукових пошуків він оприлюднив на конференціях, семінарах, у фахових бібліотечних журналах (статті «Д.Ю. Добра як засновниця Першої публічної бібліотеки для дітей», «Бібліотечна діяльність товариства “Лига защиты детства” (1914–1918 рр.)», «Участь Дитячої бібліотеки Д. Доброї у Всеросійській виставці досягнень промисловості, сільського господарства, науки та культури у місті Києві в 1913 р.» та ін.). У 1998 р. М. Зніщенко захистив дисертаційне дослідження «Становлення та розвиток публічних бібліотек для дітей в Україні. 1909–1939 рр.», а в 1999 р. випустив навчальний посібник «Педагогічні аспекти в бібліотечній діяльності Д.Ю. Доброї» [14–17].

Сьогодні інформацію про бібліотеку та її засновницю Дору Добру знаходимо на вебсторінці Національної бібліотеки України для дітей — «Колекція “Бібліотеки Дори Доброї” у фондах НБУ для дітей» [18]; в Українській бібліотечній енциклопедії Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого — «Добра Дора Юделівна» [19]. До 110-річного ювілею бібліотеки у 2019 р. Н. Острікова та Л. Соляник підготували бібліографічний літопис «Київська обласна бібліотека для дітей» [20].

Через призму особистостей, причетних до функціонування бібліотеки, ми спробуємо за допомогою біографічного методу описати діяльність бібліотеки від моменту її заснування, у період розвитку та до сьогодення.

Добра Дора Юделівна (1865–66 — ?) — педагог, громадська діячка, потомствена почесна громадянка Києва. Закінчила Подольську жіночу гімназію (м. Київ); Бестужевські Вищі жіночі курси у Петербурзі. 15 серпня 1909 р. заснувала першу в Києві публічну дитячу педагогічну бібліотеку і кабінет для читання Д.Ю. Доброї (пізніше називалася «Детская библиотека Д.Ю. Доброї», «Перша приватна бібліотека для дітей Д.Ю. Доброї»). Член Комісії з питань виховання та навчання Фребелівського товариства (1912–1914). Член Всеросійського товариства бібліотекознавства (1913). З 1919 р. працювала інструктором секції дитячих бібліотек бібліотечного підвідділу Народного комісаріату

освіти, розробила фундаментальні бібліотечні інструкції, які сприяли заснуванню в Україні бібліотек для дітей. Співпрацювала з товариством «Лига защиты детства». Започаткувала, розробила і застосувала на практиці «дитячу бібліотечну педагогіку» [14].

Родина Добрих, яка проживала на вул. Костьольній, 9, відіграла значну роль у київському тогочасному житті, оскільки, як і родини Терещенків, Бродських, займалася благодійництвом. Брат Дори Абрам був відомим банкіром і цукрозаводчиком, членом правління Київського товариства турботи при вищій комерційній освіті, який і посприяв матеріально заснуванню бібліотеки. На момент її відкриття Дорі Добрій виповнилося 43 роки, вона була юдейкою і проживала разом зі своєю донькою. В архівах зберігся офіційний лист Канцелярії київського губернатора про дозвіл відкрити у Києві дитячу педагогічну бібліотеку і кабінет читання при ній [14]. Бібліотеку було облаштовано на першому поверсі будинку на вул. Прорізній, 5. Її основу становила колекція книг найкращих творів як вітчизняних, так і закордонних авторів мовою оригіналів, які відповідали новим вимогам виховання і викладання, сприяли інтелектуальному розвитку і створенню в Києві оригінального культурного прошарку населення. У своїх публікаціях Дора Добра підкреслювала, що «Київ — місто з дуже змішаним національним складом, тут живуть: росіяни, поляки, українці та євреї, тому бажання батьків і вчителів давати дітям книжку рідною мовою, що є характерним при інтенсивному зростанні національної свідомості, є правильним, проте незважаючи на те, що Київ менший за Москву і здається біднішим, вимоги на іноземні видання тут більші, ніж у московській дитячій бібліотеці» [14]. Варто зазначити, що поява цієї бібліотеки для Києва була значущою та необхідною подією. На думку дослідниці Н. Петрошук, на початку ХХ ст. потреба у бібліотеках в Києві була зумовлена тим, що в місті існували школи, діяли курси підвищення кваліфікації вчителів... [21]. На день відкриття книжковий фонд бібліотеки нараховував 1839 примірників книг, з яких російською мовою було 1493, іноземною — 346 примірників. Кількісно-якісний склад цих книг можна дізнатися, переглянувши наукове видання «Педагогічні аспекти в бібліотечній діяльності Д.Ю. Доброї» [14].

Відкриваючи бібліотеку, Дора Юделівна прагнула «полегшити завдання матерів, педагогів і вихователів в справі освіти і навчання дітей шкільного та дошкільного віку», відзначала, що бібліотека має допомагати

дітям розвиватись як особистостям (естетично та морально) [14]. Тому і розглядала читання, книгу, бібліотеку, її функції і діяльність з позицій педагогіки, розробила організацію бібліотечного обслуговування дітей як засобу виховання. На її думку, книжка для дитини повинна мати такі ознаки: зрозуміла, цікава, правдива в зображенні явищ життя, художня, написана простою мовою, образна та виразна, гарно оформлена, з високохудожніми ілюстраціями, така, що відповідає рівню розвитку дітей певного віку, викликає у читача почуття, думки, розвиває уяву. Дора Добра поповнювала фонди своєї бібліотеки також передплатними педагогічними виданнями того часу. У бібліотеці книги можна було не лише взяти почитати, але й придбати на постійній виставці в окремій кімнаті, куди могли приходити діти, батьки та вчителі. Книжкові виставки, які вона влаштовувала щорічно під час весняних канікул разом із Фребелівським товариством, стали прообразом сучасних Тижнів дитячого читання. Варто зазначити, що відвідували бібліотеку на той час 2376 читачів, переважна більшість — діти інтелігенції, осіб вільних професій: лікарів, юристів, інженерів, вчителів, комерсантів, службовців торгово-промислових закладів. На її думку, однією з причин нечастого відвідування бібліотеки було недостатнє поширення серед населення самої ідеї існування спеціальних дитячих бібліотек, а також оплата за користування бібліотекою [14].

У 1913 р. Д. Добру запросили представити свою бібліотеку як показове науково-культурне досягнення імперії Південно-Західного регіону в галузі бібліотекознавства та педагогіки на Всеросійській виставці досягнень промисловості, сільського господарства, науки та культури у місті Києві. Для експозиції її закладу, а це 1400 томів книг, було виділено окреме приміщення, на стінах були розвішані картини, таблиці, діаграми, які висвітлювали діяльність бібліотеки. Усі інші бібліотеки міста Києва були представлені на виставці в одному спільному приміщенні. Під час виставки вона організувала і провела соціологічне опитування серед відвідувачів, залучивши для цього деяких бібліотечних спеціалістів.

Згодом, за рішенням Народного комісаріату освіти від 1919 р., бібліотеку було перейменовано. Вона стала Центральною бібліотекою для дітей м. Києва. А протягом 1922–1927 рр. тут було створено єдиний в Україні унікальний Музей дитячої книги, який існує в бібліотеці і донині. Гордістю музею є книги для дітей англійською, французькою та іншими мовами.

Серед унікальних видань — також «Прогулянка з дітьми по Києву» (1823), «Дитяче читання для серця і розуму», всесвітньо відомі казки «Дюймовочка», «Попелюшка», «Сім воронів», «Снігова Королева» та інші, видані відомими видавцями кінця XIX — початку XX ст.

У 1921 р. Бібліотеку націоналізували й вона отримала статус Першої центральної бібліотеки для дітей. Після цього будь-які відомості про Д. Добру, як зазначає дослідник М. Зніщенко, відсутні, їх не вдалося знайти навіть у різних архівах України та Росії [14].

Сподіваємось, що оприлюднення матеріалів про діяльність засновниці дитячої бібліотечної педагогіки сприятиме поновленню наукових пошуків. Історія ж бібліотеки тривала й надалі. У 1934 р. її було реорганізовано у Київську обласну бібліотеку для дітей та юнацтва ім. 15-річчя РКСМ і підпорядковано Київському обласному відділу народної освіти. Наступною сторінкою діяльності бібліотеки став період виживання в умовах окупації Києва під час Другої світової війни.

Гиба Тетяна Петрівна — директор Київської міської публічної дитячої бібліотеки у 1941–1943 рр. (з 04.10.1941).

У цей важкий окупаційний період колектив бібліотеки, зокрема її директор, ризикуючи життям, зберіг безцінні фонди від знищення і вивезення до Німеччини. Про Тетяну Гибу збереглося дуже мало відомостей. Відомо лише, що вона була мобілізована на будівництво оборонних споруд і не встигла евакуюватися з міста. У бібліотеці вона з колегами розпочала діяльність зі «списання» книг. Найбільш цінні примірники вони ховали у підвалі, прикриваючи непотрібними речами. Після приходу німців бібліотека отримала список книг, які потрібно було вилучити. Тетяна Гиба підписала цей список і нібито провела «вилучення». Узимку 1941–1942 рр. співробітники забирали книги з інших бібліотек, які були залишені без догляду, та ховали їх у приміщенні бібліотеки. Відомо, що за час окупації було знищено понад чотири мільйони книг. Але зусиллями бібліотекарів вдалося врятувати 120 тисяч примірників власного фонду та 42 тисячі з інших бібліотек. У м. Києві та той час діяв штаб рейхсміністра Східних територій України, Білорусії та західних регіонів Російської Федерації, і суди, в приміщення Київської міської публічної дитячої бібліотеки, звозили книги. Їх тут сортували, обліковували, опрацьовували та готували на відправку до Німеччини [7; 8; 22; 23]. Перевірку бібліотеки здійснював високопоставлений чиновник штабу, доктор Йозеф Бенцінг

(1904–1981) — професійний бібліотекар, дослідник історії книгодрукування. Варто зазначити, що нацистська окупаційна адміністрація надавала великого значення бібліотекам, фонди яких вважалися джерелом для розуміння більшовицької дійсності, а також для організації управління захопленими територіями, їх освоєння і боротьби з ідеологічними противниками рейху. Бібліотеки «бралися під охорону», особливу увагу надавали матеріалам світоглядного, політичного, культурного, соціально-економічного змісту, а також літературі географічного і статистичного характеру. Варто зазначити, що доктор Бенцінг турбувався про повноту і цілісність фондів київських бібліотек, розуміючи їх наукову цінність і плануючи створити тут фундаментальну бібліотеку на східних територіях.

Після звільнення Києва проти Тетяни Петрівни розпочалося слідство. Врятувало жінку те, що її чоловік був пов'язаний із підпіллям. Знайшлися свідки, які довели, що у підвалі бібліотеки, крім книг, був захований радіоприймач, а бібліотекарі записували зведення Радінформбюро і розповсюджували серед тих, кому вони довіряли.

Під час окупації бібліотека відігравала помітну роль у повсякденні киян. Заклад був сонячним промінцем для дітей в окупованому Києві, його відвідували й відомі особистості, зокрема брати Дмитро і Георгій Малакови. Саме Дмитро Малаков залишив теплі спогади про відвідування бібліотеки [5; 6].

Уже після звільнення міста в 1943 р. бібліотека переселилася на вул. Володимирську, 46в, у будинок колишнього дворянського зібрання. Її колектив виконував науково-методичну та консультативно-координаційну функції.

Висвітлюючи історію діяльності бібліотеки у подальші роки, варто виокремити особливі та значущі події. У 1953 р., відповідно до наказу Комітету у справах культурно-освітніх установ при Раді Міністрів України № 275 від 11 квітня, бібліотеці присвоєно ім'я письменника Олександра Бойченка. Але з огляду на знайдені під час науково-дослідницької діяльності М. Зніщенка в 1997–1998 рр. архівні документи, які підтверджували, що засновницею бібліотеки була Д. Добра, доповнювати назву закладу іменем О. Бойченка було б некоректно за всієї поваги до таланту і пам'яті письменника. Згодом бібліотека стала іменуватися Київською обласною бібліотекою для дітей.

До 1967 р. заклад практично виконував функції Республіканської (Національної) бібліотеки для дітей. Із відкриттям у 1967 р. Республіканської бібліотеки для дітей України

функції Київської обласної бібліотеки для дітей як науково-методичного, координаційно-консультативного центру стали поширюватися лише на Київську область. З 1967 р. бібліотека розміщувалася на Русанівській набережній, 12.

Зніщенко Микола Павлович. Сьогоднішня бібліотека, її здобутки пов'язані з діяльністю колективу, який із 1987 р. очолює генеральний директор, кандидат історичних наук, заслужений працівник культури України, віцепрезидент Української асоціації працівників бібліотек для дітей М. Зніщенко.

Він народився у м. Києві 8 жовтня 1945 р. в сім'ї редактора газети «Трибуна січнівця». Закінчив у столиці загальноосвітню залізничну школу № 2, профтехучилище. З 1967 до 1978 р. працював бригадиром експериментальної бригади Науково-дослідного інституту ім. Патона. У 1978 р. вступив на факультет науково-технічної інформації (НТІ) Київського державного інституту культури ім. О. Корнійчука, який закінчив із червоним дипломом. Потім викладав на кафедрі НТІ цього самого інституту. З березня 1987 р. М. Зніщенка призначено директором (потім генеральним директором) Київської обласної бібліотеки для дітей. Під його керівництвом було успішно докорінно переглянуто та впроваджено нові методологічні засади діяльності цієї бібліотеки та бібліотек Київської області загалом відповідно до особливостей трансформації соціально-культурного, економічного та політичного базисів у державі. З 1992 р., згідно з наказом Київського обласного управління культури, бібліотека виконує ще й функції обласної наукової універсальної бібліотеки, зокрема здійснює науково-методичне, координаційно-консультативне та інформаційне забезпечення бібліотек, які обслуговують доросле населення Київщини. У 1995 р. книгозбірня зареєстрована у міжнародних бібліотечних асоціаціях ЮНЕСКО та ІФЛА як історична пам'ятка та перша спеціалізована бібліотека для дітей. А з 1996 р., за наказом управління культури Київської обласної державної адміністрації, бібліотеку визначили базою з отримання, розподілу та видачі бібліотекам Київської області літератури за державними програмами безоплатного поповнення літературою бібліотечних фондів. Основними завданнями КЗ КОР «Київська обласна бібліотека для дітей» сьогодні є:

- надання науково-методичної, консультативно-практичної та інформаційно-бібліографічної допомоги бібліотекам Київської області з усіх питань функціональної діяльності;

- організація системи заходів із питань підвищення професійного рівня бібліотечних

працівників Київської області (обласні семінари, практикуми, круглі столи, тренінги тощо);

- виявлення, вивчення та поширення серед бібліотек області позитивного досвіду в царині бібліотечно-інформаційної діяльності;

- організація, розробка методик та застосування в роботі бібліотек диференційованих форм обслуговування читачів (групова та індивідуальна інформація для фахівців, державних службовців, обдарованих дітей, людей із обмеженими фізичними можливостями тощо);

- надання науково-методичної допомоги в організації діяльності бібліотек області з питань популяризації здорового способу життя, попередження правопорушень, профілактики шкідливих звичок, формування екологічної культури населення тощо.

Сьогодні фонди бібліотеки становлять 200 тисяч примірників, її відвідують 15 тисяч користувачів. Роботу бібліотечного закладу забезпечують співробітники таких відділів: обслуговування читачів-дошкільників та учнів 1–4 класів; обслуговування читачів — учнів 5–9 класів; відділ естетичного виховання; відділ довідково-бібліографічної та інформаційної роботи; відділ комплектування, обліку, обробки документів; відділ організації, зберігання, реставрації та гігієни документального фонду; науково-методичний відділ; відділ рідкісних і цінних видань; відділ автоматизації і комп'ютеризації бібліотечних процесів, відділ АГЧ та бухгалтерія. Важливими здобутками бібліотека завдячує працівникам. Сьогоднішня бібліотека пов'язана із заслуженими працівниками культури України Людмилою Соляник та Вірою Сітько, талановитими та здібними фахівцями Людмилою Смиловською, Оленою Литвин, подружжям Тетяною і Володимиром Котляренками, Тетяною Грабко, Катериною Кісленковою, Лілією Гржимайло, Оленою Галетою, Юлією Труновою, Людмилою Томашевською, Марією Фенько, Світланою Ткач, Оленою Каленською, Павліною Ткаченко, Оленою Кондрачук, Наталією Курбетенко, Іриною Андреевою, Володимиром Чернилевським, Анною Беловою, Світланою Нікольською, Вірою Кімлик, Тетяною Ісай, Іллею Трегубом, Аллою Малишко, Григорієм Трегубом та ін.

Успішно працювали в бібліотеці заслужений працівник культури України Тетяна Кучеря, заслужений художник України Олесь Ткаченко, колишній директор Катерина Дубаніна, колишні заступники директора Лідія Юракова та Софія Юшкова, завідувачі відділів Світлана Каскевич, Андрій Нестеров, Раїса Миколенко, Антоніна Нікончук, Наталія Острікова, Людмила

Папуша, Надія та Галина Прокопенки, Валентина Гонтарук, Валентина Володько, Галина Перепелицина, Ірина Дзигало та багато інших чудових працівників, справжніх професіоналів своєї справи.

Найзначніший внесок Миколи Зніщенка у бібліотечну справу України полягає у дослідницькій науковій діяльності. Саме завдяки йому та працівникам бібліотеки, зокрема Людмилі Соляник, вдалося не лише віднайти матеріали про бібліотечний заклад, але й висвітлити історію першої спеціалізованої бібліотеки для дітей в Україні та її роль у соціокультурному середовищі, представити її традиції та впровадити інноваційні форми та методи діяльності у практику роботи сучасної бібліотеки.

Висновки. На підставі проведеного аналізу можемо стверджувати, що вивчення історії бібліотеки є важливою складовою частиною бібліотекознавства. Будь-який опис минулого книгозбірні є дослідженням, послідовною реконструкцією історії бібліотеки від її заснування до сьогодення. Історія київської бібліотеки для дітей (першої в Україні, однієї з перших в Європі) потребує узагальнення та оприлюднення для широкого загалу освітян, бібліотечних працівників. Понад сто років діяльності дитячої бібліотеки супроводжували дуже багато подій: революції, війни, повоєнні відбудови, голодомор, зміни державного устрою, економічні кризи тощо. За ці роки книгозбірня пройшла великий та складний шлях становлення і розвитку. Досвідом організації, громадською діяльністю, а також науково-соціологічними дослідженнями в галузі бібліотечного обслуговування дітей, дитячого читання та впливу дитячої книги на формування особистості «Детская библиотека Д.Ю. Доброй» заклала класичні бібліотечні основи в українській культурі та відіграла визначну роль своєрідного організатора у справі становлення та розвитку спеціалізованих бібліотек для дітей в Україні. Багато десятиків років культурно-освітні аспекти утворення та розвитку дитячої бібліотеки як соціокультурного явища досліджує М. Зніщенко, науковці та практики Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського, Національної бібліотеки України для дітей, інших інституцій.

Використання біографічного методу дало змогу висвітлити життєвий та творчий шлях трьох керівників дитячої бібліотеки: Д. Доброї, Т. Гибі і М. Зніщенка, узагальнити їхній внесок в історію міста та через призму їхньої діяльності підкреслити значущість бібліотеки як просвітницького закладу. Усі ці імена об'єднують любов до книги та бібліотеки, працелюбність

і найголовніше — робота за покликанням. Біографії цих трьох киян у контексті бібліотечної історії є значущими для культурної спадщини Києва.

Історія київської бібліотеки для дітей, яка є першою в Україні та однією з перших в Європі, триває. Вона є соціокультурним осередком столиці та області, від часу заснування і до сьогодні забезпечує сприятливі умови для самореалізації особистості дитини відповідно до її інтересів та суспільних вимог, популяризує книгу та читання, реалізуючи основне кредо засновниці бібліотеки Дори Доброї: «Дитина. Книга. Бібліотека». Багато років заклад співпрацює з Київським університетом імені Бориса Грінченка, зокрема з Інститутом післядипломної освіти, а також з іншими навчальними закладами. Фахівці бібліотеки охоче діляться результатами своєї діяльності з вчителями та бібліотекарями столичних закладів загальної середньої освіти.

Подяки. Висловлюємо подяку науковцям та фахівцям, які надали допомогу під час підготовки цієї публікації, зокрема кандидату історичних наук, генеральному директору КЗ КОР «Київська обласна бібліотека для дітей» Миколі Зніщенку, заступнику з наукової роботи генерального директора КЗ КОР «Київська обласна бібліотека для дітей», заслуженому працівнику культури України Людмилі Соляник, кандидату історичних наук, дослідниці архітектури Києва, фахівцеві Київського науково-методичного центру з охорони, реставрації та використання пам'яток історії, культури та заповідних територій Олені Мокроусовій, доценту кафедри історії України Київського університету імені Бориса Грінченка, кандидату історичних наук, доценту Марині Будзар.

Список використаних джерел

1. Зніщенко М.П. Д.Ю. Добра як засновниця Першої публічної бібліотеки для дітей. К.: Смолоскип, 1997. 15 с.
2. Історія української бібліотечної справи в іменах (кінець XIX ст. — 1941 р.): матеріали до біобібліографічного словника / авт.-уклад. Л.В. Гарбар; ред. кол.: Г.В. Боряк, Л.А. Дубровіна (голова), В.І. Попик та ін.; НАН України, Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського, Ін-т рукопису. К., 2017. С. 137–138.
3. Гольдман В. Первая на Украине (история Киев. обл. б-теки для детей, тогда им. А. Бойченко). *Библиотекарь*. 1976. № 7. С. 60.
4. Мазурицкий П. Прошедшие огонь (работа КОБДД в годы войны). *В мире книг*. 1982. № 2. С. 30–31.
5. Малаков Д.В. Оті два роки... У Києві при німцях. К.: Видавничий дім «Амадей», 2002. 320 с.
6. Малаков Д.В. Кияни. Війна. Німці. К.: Видавничий дім «Амадей», 2008. 364 с.

7. Малолетова Н. Библиотеки научных учреждений Киева в 1941–1943 гг.: киевские оккупационные архивы как документальная база исследования. *Забута спадщина: портал про переміщені і втрачені історичні та культурні цінності*. URL: <http://lostart.org.ua/ua/research/824.html>

8. Шамаріна Т. Дитячі бібліотеки України в роки Великої вітчизняної війни. *Бібліотечний вісник*. 1995. № 2. С. 6–7.

9. Зніщенко М.П. Добра Дора Юделівна. *Дитячі бібліотекарі України. «Сто кращик»* / Нац.б-ка України для дітей. К., 2012. С. 90–91.

10. Русова С. Каталог книг детского чтения. Детская библиотека Д.Ю. Доброй. *Світло*. 1912. № 2. С. 86–87.

11. Сафроньев Н. Отдел киевских городских библиотек на Всероссийской выставке в Киеве. *Библиотекарь*. 1913. Вып. III. С. 205–209.

12. Финкельштейн М. Что и как читают дети? Анкета Киевской библиотеки Д.Ю. Доброй. *Новости детской литературы*. 1914. № 9–10. С. 86–87.

13. Добрая Д.Ю. Детская библиотека Д.Ю. Доброй в Киеве. *Новости детской литературы*. 1914. № 9/10. С. 1–7.

14. Зніщенко М.П. Педагогічні аспекти в бібліотечній діяльності Д.Ю. Доброї: навч. посіб. К.: Смолоскип, 1999. 138 с.

15. Зніщенко М.П. Бібліотечна діяльність товариства «Лига защиты детства» (1914–1918 рр.). *Вісник Книжкової палати*. 1998. № 3. С. 31–34.

16. Зніщенко М.П. Участь «Детской библиотеки» Д. Доброї у Всеросійській виставці досягнень промисловості, сільського господарства, науки та культури у місті Києві в 1913 р. *Бібліотека, інформація, суспільство*: зб. наук. пр. за матеріалами Всеукр. наук.-практ. конф. 20–22 жовтня 1998 р. К., 1998. С. 256–259.

17. Перша спеціалізована бібліотека для дітей в Україні та її роль в соціокультурному середовищі: зародження традицій та форм бібліотечної діяльності / М. Зніщенко, Л. Соляник. К., 2007. 33 с.

18. Колекція «Бібліотеки Дори Доброї» у фондах НБУ для дітей. *Національна бібліотека України для дітей*. URL: <http://www.chl.kiev.ua/default.aspx?id=7103>.

19. Добра Дора Юделівна. *Українська бібліотечна енциклопедія*. URL: <http://ube.nplu.org/article/Добра%20Дора%20Юделівна>

20. Київська обласна бібліотека для дітей: бібліографічний літопис до 110-річного ювілею / уклад.: Н.В. Острікова, Л.П. Соляник. К.: Ліра-К, 2019. 52 с.

21. Петрошук Н.Р. Змістові та організаційні характеристики діяльності Фребелівських вчительських курсів у Києві в 1912 р. *Київ у соціокультурному просторі XIX–XXI століть: національний та європейський контекст*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. / Київ. ун-т ім. Б. Грінченка; [редкол.: В.О. Огнев'юк, Л.Л. Хоружа, К.О. Линьов та ін. К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2011. С. 118–122.

22. Бібліотеки Києва в період нацистської окупації (1941–1943): Дослідження. Анотований покажчик.

Публікації документів / НАН України, Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського, Інститут української археографії та джерелознавства ім. М.С. Грушевського, Державний комітет архівів України, Центральний державний архів вищих органів влади та управління України; уклад. Л.А. Дубровіна, Н.І. Малолетова; редкол.: О.С. Онищенко (голова), Г.В. Боряк, Л.А. Дубровіна, Н.М. Зубкова, О.О. Маврін, Н.В. Маковська, Н.І. Миронець, В.Ю. Омельчук, Р. Процик, П.С. Лохань. К.: [б.в.], 2004. 814 с.

23. Овсіюк О. Життя після окупації: побут киян 1943–1945 рр.: моногр. К.: Дуліби, 2017. 176 с.

References

1. Znishchenko, M. P. (1997). D. Yu. Dobra yak zasnovnytsia Pershoi publichnoi biblioteki dlia ditei. Smoloskup, Kyiv, 15 p. [in Ukrainian].

2. Harbar, L. V. (Ed.) (2017). Istoria ukrainskoi bibliotечноi spravy v imenakh (kinets XIX st. — 1941 r.). Materialy do biobibliohrafichnoho slovnika, Nats. b-ka Ukrainy im. V. I Vernadskoho, In-t rukopysu, Kyiv, pp. 137–138 [in Ukrainian].

3. Goldman, V. (1976). Pervaia na Ukraine (istoriia Kiev. obl. b-teki dlia detei, togda im. A. Boichenko) [The First in Ukraine (history of the Kiev region library for children, then named after A. Boychenko)]. *Librarian*, No. 7, pp. 60–61 [in Ukrainian].

4. Mazuritsky, P. (1982). Proshedshie ogon (rabota KOBdD v gody voiny) [Gone through the Fire (the work of KOBdD during the war)]. *V mire knig*, No. 2, pp. 30–31 [in Russian].

5. Malakov, D. V. (2002). Oti dva roky... U Kyievi pry nymtsaikh [Those two years... In Kyiv with the Germans]. Kyiv, «Amadeus» Publishing House, 320 p. [in Ukrainian].

6. Malakov, D. V. (2008). Kyiany. Viina. Nimtsi [Kyivans. War. Germans]. Kyiv, «Amadeus» Publishing House, 364 p. [in Ukrainian].

7. Maloletova, N. (2021). Biblioteki nauchnykh uchrezhdenii Kieva v 1941–1943 gg.: kievskie okkupatsionnyie arkhivy kak dokumentalnaia baza issledovaniia [Libraries of Scientific Institutions of Kyiv in 1941–1943s: Kyiv occupation archives as a documentary base of research]. *Zabuta spadshchyna*: portal about the moved and lost historical and cultural values [in Ukrainian].

<http://lostart.org.ua/ua/research/824>

8. Shamarina, T. (1995). Dytiachi biblioteki Ukrainy v roky Velykoi vitchyznianoї viiny [Children Libraries of Ukraine during the Great Patriotic War]. *Bibliotечnyi visnyk*, No. 2, pp. 6–7 [in Ukrainian].

9. Znichhenko, M. P. (2012). Dobra Dora Yudelivna. *Dytiachi bibliotekari Ukrainy. «Sto krashchykh»*, National Library of Ukraine for Children., Kyiv, pp. 90–91 [in Ukrainian].

10. Rusova, S. (1912). Katalog knig dlia detskogo chteniia. Detskaia biblioteka D. Yu. Dobroi [Catalog of Children Reading Books. D. Yu. Dobra's Library for Children], *Svitlo*, No 2, pp. 86–87 [in Russian].

11. Safroniev, N. (1913). Otdel kievskikh gorodskikh bibliotek na Vserossiiskoi vystavke v Kieve [Department of Kiev City Libraries at the All-Russian Exhibition in Kiev]. *Bibliotekar*, Vol. III, pp. 205–209 [in Russian].
12. Finkelstein, M. (1914). Chto i kak chitaiut deti? Anketa Kievskoi biblioteki D. Yu. Dobroi [What and How do Children Read? Questionnaire of D. Yu. Dobra's Library for Children in Kiev]. *Novosti detskoj literatury*, No. 9–10, pp. 86–87 [in Russian].
13. Dobraia, D. Yu. (1914). Detskaia biblioteka D. Yu. Dobroi v Kieve [D. Yu. Dobra's Library for Children in Kiev]. *Novosti detskoj literatury*, No. 9/10, pp. 1–7 [in Russian].
14. Znishchenko, M. P. (1999). Pedagogichni aspekty v bibliotekhnii diialnosti D. Yu. Dobroi [Pedagogical Aspects in the Library Activity of D. Yu. Dobra]. Textbook, Smoloskyp, Kyiv, 138 p. [in Ukrainian].
15. Znishchenko, M. P. (1998). Bibliotekna diialnist tovarystva «Liga zaschity detstva» (1914–1918rr.) [Library Activity of the Society “League of Childhood Protection” (1914–1918)]. *Visnyk Knyzhkovoi palaty*, No 3, pp. 31–34 [in Ukrainian].
16. Znishchenko, M. P. (1998). Uchast «Detskoj biblioteki» D. Dobroi u Vserosiiskii vystavtsi dosiahnen promyslovosti, silskoho hospodarstva, nauky i kultury u misti Kyievi v 1913 [Participation of D. Yu. Dobra's Library for Children in the All-Russian exhibition of achievements of industry, agriculture, science and culture in the city of Kiev in 1913]. *Biblioteka, informatsiia, suspilstvo*: zb. nauk. pr. within the materials of the All-Ukrainian Scientific Conference, October 20–22, Kyiv, pp. 256–259 [in Ukrainian].
17. Znishchenko, M., & Solianyuk, L. (2007). Persha spetsializovana biblioteka dlia ditei v Ukraini ta yii rol v sotsiokulturnomu seredovyshchi: zarodzhennia tradytsii ta form biblioteknoi diialnosti [The First Specialized Library for Children in Ukraine and Its role in the Socio-Cultural Environment: The emergence of traditions and forms of library activity]. Kyiv, 33 p. [in Ukrainian].
18. Kolektsiia «Biblioteky Dory Dobroi» u fondakh NBU dlia ditei [Collection of “Dora Dobra's Library” in the Funds of the NBU for Children. (2021). *National Library of Ukraine for Children*. [in Ukrainian].
<http://www.chl.kiev.ua/default.aspx?id=7103>
19. Dobra Dora Yudelivna. *Ukrainska bibliotekna entsyklopedia* [in Ukrainian].
<http://ube.nplu.org/article /Добра%20Дора%20>
20. Ostriukova, N. V., & Solianyuk, L. P. (2019). Kyivska oblasna biblioteka dlia ditei: bibliohrafichni litopys do 110-richnoho yuvileyu [Kyiv Regional Library for Children: Bibliographic Chronicle to the 110th Anniversary]. Lira-K Publishing House, Kyiv, 52 p. [in Ukrainian].
21. Petroschuk, N. R. (2011). Zmistovni ta orhanizatsiini kharakterystyky diialnosti Froebel vchytelskykh kursiv u Kyievi v 1912 r. [Semantic and Organizational Characteristics of Froebel Teacher Training Courses in Kyiv in 1912]. In Ogneviuk V. O., Horuzha L. L., Lyniov K. O. (Eds.), *Kyiv in the Socio-Cultural Space of the 19th–21st Centuries: National and European context*, Kyiv, 2011, All-Ukrainian Scientific Conference, pp. 118–122 [in Ukrainian].
22. Dubrovina, L. A., (Ed.) (2004). Biblioteky Kyieva v period natsyistskoi okupatsii (1941–1943) [Libraries of Kyiv, during the Nazi Occupation (1941–1943)]. Research. Annotated index. Publications of documents National Library of Ukraine named after V. I. Vernadsky, Kyiv, 814 p. [in Ukrainian].
23. Ovsiiuk, O. (2017). Zhyttia pislia okupatsii: pobut kyian 1943–1945 rr. [Life after the Occupation: Daily Life of Kyivans in 1943–1945s]. Monograph, Duliby, Kyiv, 176 p. [in Ukrainian].

Подано до редакції: 18.12.2020 р.

Прийнято до друку: 28.12.2020 р.

Стамбол І.І.,
доцент кафедри бібліотекознавства та інформології
Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка,
кандидат історичних наук
Ел. пошта: i.stambol@kubg.edu.ua

Ihor Stambol,
Associate Professor of the Department
of Library Science and Informology,
Institute of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University,
PhD (History)
Email: i.stambol@kubg.edu.ua
ORCID iD 0000-0002-3099-3862

<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2020.2-10.5>

УДК 02:001.4

ТЕНДЕНЦІЇ ДОСЛІДЖЕНЬ У БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВІ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА ЄВРОПЕЙСЬКІЙ НАУЦІ

RESEARCH TRENDS IN LIBRARY SCIENCE IN UKRAINIAN AND EUROPEAN RESEARCHES

Бібліотекознавчі наукові дослідження лише зрідка ставали основою книжкових видань. Саме тому пропонується стаття базується лише на кількох десятках книг, які вийшли друком упродовж п'яти останніх років. Українські видання такого напрямку дуже консервативні за тематикою і здебільшого стосуються історії бібліотек чи бібліотечної справи, а також описів різноманітних фондів та збірок. Винятком є харківське видання, що стосується бібліотечної журналістики, та практичний посібник Галини Швецової-Водки, яка є одним із провідних авторів у напрямі бібліотечних студій. Огляд бібліотекознавчої літератури здійснено з використанням електронних каталогів Польщі і Чехії, чим можна пояснити певний ухил проаналізованої літератури в бік національних особливостей цих країн. Що ж стосується європейських видань цього напрямку, то їх значно більше і вони різноманітніші за тематикою, хоча переважно зосереджені на історичних та фондознавчих аспектах. Більшість із них вже у назві містять згадку про бібліотеки та інтригують, наприклад: британське видання "Libraries and reading: intellectual disability and the extent of library diversity" («Бібліотеки і читання: інтелектуальна неспроможність та ступінь різноманітності бібліотек») або польська книга «Biblioteka w chmurze czy chmury nad biblioteką» («Бібліотека в хмарах чи хмари над бібліотеками»), в якій автори намагаються вирішити актуальні проблеми сучасних бібліотек. Також в європейській бібліотечній науці останніх років можна натрапити на інноваційні теми досліджень, які, зокрема, стосуються створення умов для користування бібліотечними фондами осіб із хворобою Альцгеймера, зосереджені на професії бібліотекаря в Чеській Республіці («Кніховна v mém životě: rozhovory s lidmi, kteří svůj život spojili s knižovnou» («Бібліотека в моєму житті: розмови з людьми, які своє життя поєднали з бібліотекою»)) або досвіді читачів бібліотек у Великій Британії.

Ключові слова: бібліотечна наука, українські дослідження, ЄС, нові видання, сучасні бібліотеки.

Library research is not the most popular area of book publishing, so the article is based on only a few dozen books published over the past five years. Ukrainian publications are very conservative in subjects and most of them relates mainly to the history of libraries or librarianship, as well as descriptions of various collections. Exceptions are the Kharkiv poll on library journalism and the practical manuals published by Halyna Shvetsova-Vodka, who is one of the most popular authors in the field of library studies. The review of library literature was carried out using electronic catalogs of Poland and Czech Republic, which determines a certain bias of the analyzed literature towards the national characteristics of these countries. European publications, much more diverse in subjects, although historical and fundraising aspects, are also very common. To a large extent, books contain a popular component, most of which already in the title raise questions, mainly in favor of libraries, for example, the British edition: "Libraries and Reading: Intellectual Disability and the Extent of Library Diversity", or the philosophical title of the Polish book "Biblioteka w chmurze czy chmury nad biblioteką" ("Library in the Clouds or Clouds over Libraries"), in which the authors try to solve current problems of modern libraries. Moreover, in European library science of recent years we can find innovative research topics, in particular, relating to the organization

of library conditions for people with Alzheimer's disease and addressed to the profession of librarian in the Czech Republic and his experience: "Knihovna v mém životě: spojili s knihovnou" ("The Library in My Life: Conversations with People Who Combined Their Lives with the Library") or addressed to the experience of readers of British libraries.

Key words: library science, Ukrainian research, EU, new editions, modern libraries.

Вступ. Бібліотекознавство як сукупність дисциплін, пов'язаних із книжковою, бібліографічною, інформаційною та іншими галузями, доволі активно розвивається під впливом глобальних культурних і технологічних трансформацій. Для фахівців та всіх зацікавлених бібліотечною справою важливо бути ознайомленими із останніми ґрунтовними дослідженнями у цій сфері. Крім того, розумінню актуальних тем у галузі сприяє знання фактів про закордонні досягнення. Найліпшим середовищем для порівняння є Європа, зважаючи на чималу кількість спільних ознак з українським соціокультурним простором і водночас значний технологічний та концептуальний прогрес.

Отже, метою пропонованої статті є з'ясування основних тенденцій бібліотекознавчих досліджень в Україні та європейських країнах. Завдання цієї наукової праці полягають у виокремленні певних груп досліджень, визначенні знакових та оригінальних публікацій, а також у порівнянні українських та європейських тенденцій розвитку означеної галузі науки.

Бібліотекознавчі дослідження нечасто ставали основою книжкових видань. Саме тому стаття базується лише на кількох десятках книг, які вийшли впродовж п'яти останніх років. Пошук видань здійснено за онлайн-каталогами найбільших бібліотек, хоча не можна стверджувати, що проаналізований у статті перелік видань є вичерпним. Крім того, в контексті іноземної літератури основну увагу приділено англійським виданням та виданням мовами наших найближчих країн-сусідів, що перебувають у складі Європейського Союзу: польською та чеською.

Результати й обговорення. Увесь масив проаналізованих українських досліджень можна поділити на чотири основні категорії: історія бібліотек та бібліотечної справи; описи різноманітних фондів та зібрань; інформаційно-комунікативний складник діяльності бібліотек; видання на межі дисциплін.

Переказ історії бібліотек і бібліотечної справи розпочинаємо одеським виданням, автори якого на основі архівних документів, спогадів та опублікованих джерел висвітлюють історію виникнення, становлення та розвитку

Наукової бібліотеки Одеського національного університету ім. І.І. Мечникова. Також у книзі приділено увагу керівникам та відомим співробітникам бібліотеки [1]. Наступне видання присвячено історії дитячих бібліотек України 1975–1991 рр. [2]. Певною мірою відрізняється від них дослідження, що стосується питань превентивної консервації документів, впровадження інноваційних технологій, принципів, методів та підходів у сучасній системі збереження фондів. Книга містить інформацію про процеси природного та штучного старіння паперу і методичні рекомендації, інструкції та технологічні регламенти, які можна використовувати для уповільнення процесів старіння паперових та новітніх інформаційних носіїв в умовах бібліотечного середовища [3]. Державна архітектурна бібліотека ім. В.Г. Заболотного видала книгу «Будівлі українських бібліотек», до якої увійшли дані про 60 українських книгозбірень. Інформація про кожну бібліотеку має уніфіковану структуру, що наближає видання до категорії довідників [4].

Група видань, що стосуються описів різноманітних фондів і зібрань, є доволі великою. Тому відзначимо лише ті з них, які презентують різні пласти публікацій. Знаковим для бібліотечної справи України є покажчик змісту видання «Бібліотечна планета», який автори справедливо визначають як «своєрідний літопис бібліотечного життя за два десятиліття, з усіма його здобутками і втратами, досягненнями й хибами» [5]. До покажчиків періодики належить і дорожок Національної історичної бібліотеки України, де описано її газетний фонд [6]. Водночас співробітники Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського (НБУВ) підготували каталог «Музична Шевченкіана», використовуючи бібліографічні описи музичної Шевченкіани з традиційного каталогу на картках, де зберігаються записи, здійснені бібліотекарями, починаючи від 30-х років ХХ ст. [7]. Окремо варто відзначити ще одне видання — довідник «Сучасна публічна бібліотека від А до Я», представлений Національною бібліотекою України ім. Ярослава Мудрого. Видання систематизує інформацію про організацію роботи публічної бібліотеки, зокрема, в об'єднаній територіальній громаді, що особливо актуально в умовах реформи децентралізації [8].

Інформаційно-комунікативний напрям роботи бібліотек обрали співробітники НБУВ для своєї праці, присвятивши її впровадженню семантичних вебтехнологій у бібліотечно-інформаційну діяльність, змінам, що відбулися у сучасному цифровому середовищі й науковій комунікації, та їх впливові на діяльність наукових бібліотек. У книзі також висвітлено зміни підходів до організації наукових електронних бібліотечних ресурсів та систем пошуку джерел наукової інформації, вимог до компетенцій бібліотечних фахівців та створення цифрових історико-культурних колекцій, інтеграції бібліотечних лінгвістичних інструментів до сучасних вебтехнологій [9]. Темі комунікації присвячено праці Є. Кияниці та Н. Грабар. У дослідженні Є. Кияниці всебічно проаналізовано історію та перспективи впровадження технологій PR у закордонних та вітчизняних бібліотеках [10]. Н. Грабар, своєю чергою, відзначила роль спілкування у бібліотечній справі, визначивши цей процес як один із найголовніших у соціально-функціональній діяльності бібліотеки. Авторка, поміж іншого, визначила кілька періодів бібліотечного спілкування: зародження (культурно-просвітницький характер), становлення (соціально-психологічний), розвиток (соціально-ідеологічний) трансформація (комунікаційно-комунікативний) [11]. Роль бібліотеки у цифровій науці визначила В. Копанева, розглянувши стратегію системно-інтеграційної взаємодії бібліотеки та цифрової науки. Вона відзначила важливе функціональне перетворення книгозбірні з елемента наукової інфраструктури на повноцінного учасника дослідницької діяльності на всіх її етапах — від збору та опрацювання первинних даних до здобуття нових знань [12].

Видання, які ми визначили як ті, що перебувають на межі дисциплін, містять дослідження, що опосередковано стосуються бібліотек. Приміром, одеські юристи розглянули правові аспекти створення та функціонування електронних бібліотек, зокрема проблематику правового регулювання їх діяльності та питання правомірного використання об'єктів, захищених авторським правом [13]. Дослідники НБУВ окреслили участь бібліотек в організації електронного урядування, комунікаційному забезпеченні потреб економічного розвитку та формуванні інформаційної основи для здійснення ефективної регіональної політики. Також у виданні досліджено підходи і напрями управління інформаційно-комунікаційними потоками та особливості використання у цих процесах бібліотечно-інформаційного потенціалу [14].

Л. Глазунова розробила курс «Бібліотечна журналістика», який став теоретичною базою для підготовки та реалізації проекту «Школа бібліотечного журналіста». Також його було опубліковано як посібник для студентів [15]. Відомо дослідниця Г. Швецова-Водка серед десятка інших посібників видала «Ноокомунікологію», що є першою спробою в Україні інтерпретувати досягнення документології відповідно до постулатів теорії ноосфери видатного академіка В. Вернадського [16].

Огляд європейської бібліотекознавчої літератури здійснено з використанням електронних каталогів Польщі та Чехії, чим можна пояснити певний ухил проаналізованих матеріалів у бік національних особливостей цих країн. Серед досліджених європейських видань також доречно виокремити чотири основні групи, які, щоправда, певною мірою відрізняються від українських, а саме: історичні та фондознавчі аспекти; дискусії щодо ролі бібліотек у суспільстві; інновації; аналіз досвіду.

Історичні та фондознавчі аспекти представлені, зокрема, зібранням матеріалів виставки скарбів середньовічної польської культури у Національній бібліотеці Польщі з нагоди 1050-ї річниці хрещення першого історичного правителя цієї країни [17]. Також у спеціальному дослідженні можна ознайомитися з досягненнями польської Центральної статистичної бібліотеки за сто років [18]. В іншій колективній монографії охарактеризовано роль бібліотек у культурному розвитку територій України та Литви, які колись належали до Речі Посполитої [19]. Дві книги стосуються історії чеських книгозбірень, зокрема бібліотеки у місті Клатовий, і загальної історії національних бібліотек [20; 21]. Варто згадати й британське видання, що стосується історії становлення бібліотечної та інформаційної справи у Європі й окремо визначеного внеску англословянських та неанглословянських науковців у розвиток цієї галузі науки [22].

Публічні дискусії щодо ролі бібліотек у суспільстві значною мірою інтригують, що помітно вже у назві, наприклад, британського видання *“Libraries and Reading: Intellectual Disability and the Extent of Library Diversity”*, («Бібліотеки і читання: інтелектуальна неспроможність та ступінь різноманітності бібліотек»), що підтверджує значну роль бібліотек у вирішенні глобальних проблем світу [23]. Інша британська колективна праця містить аргументи про важливість бібліотек та їхніх ресурсів у поліпшенні людського життя, здоров'я та різноманітних процесів соціалізації [24]. Водночас третє видання, також із Туманного Альбіону, порушує

питання ресурсності бібліотек в епоху Google та відповідає на питання, яким буде майбутнє наукового пошуку [25].

Інноваційна тематика представлена в польському виданні, автори якого досліджують використання хмарних технологій у бібліотеках, наголошуючи на важливості застосування провідних вебтехнологій у бібліотечних закладах, що стане запорукою «розвіяння хмар над бібліотеками» [26]. Зовсім інший інноваційний напрям висвітлюється у британській книзі: автори переймаються проблемами людей із хворобою Альцгеймера і пропонують інформацію для осіб, які доглядають за такими хворими, та інструкцію щодо забезпечення їхніх інформаційних потреб [27].

Своєрідною та тенденційною для європейської науки є категорія досліджень, в яких аналізується досвід бібліотечних фахівців. Наприклад, одне чеське видання містить спогади і рефлексії бібліотечних співробітників Празької міської бібліотеки [28]. В іншому викладено враження про роботу Слов'янської бібліотеки празького Климентинума [29]. Цікавий аспект бібліотечної справи демонструє берлінське видання, зокрема, йдеться про міжнародне та порівняльне бібліотекознавство. Автор охарактеризував методологію та концепції міжнародних відносин між бібліотеками різних країн, визначив ступені освоєння інновацій у бібліотеках світу [30]. Водночас унікальний приклад бібліотекознавчих публікацій пропонують британські фахівці, які видали серію «досвідів користувачів бібліотек» [31]. Вони створили не лише видання, а й інформаційний інтернет-портал, що містить чимало інформації щодо стану, розвитку і перспектив бібліотечної справи. Узагалі бібліотечні інтернет-ресурси, огляд яких не ввійшов до цієї статті, є дуже важливою складовою частиною бібліотекознавства, яка демонструє здобутки цієї галузі та може бути джерелом для нових досліджень. Як приклад наведемо ресурс всеукраїнського «Біографічного рейтингу», базу даних якого можна використовувати для нових біобібліографічних та інших досліджень [32].

Висновки. Підсумовуючи, варто зазначити, що українські видання переважно демонструють консерватизм у підході до бібліотечної науки. Найбільше бібліотечних досліджень як в Україні, так і в європейських країнах є фондознавчими оглядами, що стосуються історії книгозбірень та різноманітних інновацій. Утім, помітний акцент зроблено і на інформаційній складовій роботи бібліотек. Різниця

між українськими та європейськими бібліотекознавчими студіями доволі виразна. Популярніші та більш прогресивні напрями майже не вивчаються в українських монографічних дослідженнях, лише представлені у статтях та авторефератах дисертацій. Європейські видання популярнішого формату та значно різноманітніші, вони розглядають сучасні теми, зокрема інклюзію та особистісний підхід до історії й оцінки досвіду бібліотекарів.

Список використаних джерел

1. Два століття служіння книзі. Історія Наукової бібліотеки Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, 1817–2017: [моногр.] / [Алексєєнко М.В. та ін.; відп. ред. Подрезова М.О.]; Одес. нац. ун-т ім. І.І. Мечникова, Наук. 6-ка. Одеса: ОНУ, 2017. 290 с.
2. Історія розвитку бібліотек України для дітей: (кінець XIX — XX ст.): моногр. / [А.І. Гордієнко, Т.М. Турбаніст, Т.В. Шамаріна та ін.]; М-во культури України, Нац. 6-ка України для дітей. К.: Ліра-К, 2017. 589 с.
3. Муха Л. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського: збереження, консервація та реставрація бібліотечних фондів в Україні (1992–2019) / НАН України, Нац. 6-ка України ім. В.І. Вернадського, Центр консервації і реставрації. К.: НБУВ, 2019. 232 с.
4. Будівлі українських бібліотек: матеріали бібліотекознав. дослідж. / Держ. наук. архітектур.-буд. 6-ка ім. В.Г. Заболотного; [уклад. В.М. П'яскіна]. К.: ДНАББ ім. В.Г. Заболотного, 2017. 278 с.
5. «Бібліотечна планета» (1998–2018): системат. покажч. змісту / Нац. 6-ка України ім. Ярослава Мудрого; [упоряд. Н. Тертичка]. К.: Нац. 6-ка України ім. Ярослава Мудрого, 2018. 215 с.
6. Газетний фонд Національної історичної бібліотеки України, 1728–2007: каталог колекції. К.: Вид. дім «Вінніченко», 2020. 132 с.
7. Музична Шевченкіана у фондах Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського / [відп. ред. Л.Г. Руденко; наук. ред. Л.В. Івченко; уклад.: Л.В. Івченко та ін.]; НАН України, Нац. 6-ка України імені В.І. Вернадського, Ін-т книгознавства. К.: Академперіодика, 2019. 990 с.
8. Сучасна публічна бібліотека від А до Я: довідник / [Н.І. Розколупа та ін.; наук. ред. Н.І. Розколупа]; Нац. 6-ка України ім. Ярослава Мудрого. К.: Нац. 6-ка України ім. Ярослава Мудрого, 2019. 191 с.
9. Семантичні технології у науковій бібліотеці: [колект.] моногр. / [Т.Ю. Власова та ін.; відп. ред. К.В. Лобузінна]; НАН України, Нац. 6-ка України ім. В.І. Вернадського. К.: НБУВ, 2019. 311 с.
10. Кияниця Є. Зв'язки бібліотек з громадськістю в соціокультурному просторі регіону: моногр. / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Київ. нац. торг.-екон. ун-т. К.: Ліра-К, 2018. 179 с.
11. Грабар Н. Феномен спілкування в бібліотечній сфері: моногр. Х.: Стильна типографія, 2017. 280 с.

12. Копанева В. Бібліотека в середовищі цифрової науки: системно-інтеграційна взаємодія: моногр. К.: Ліра-К, 2020. 322 с.

13. Правове регулювання використання зображень у електронних бібліотеках за законодавством України: моногр. / [О.І. Харитонova та ін.]; Нац. ун-т «Одес. юрид. акад.». О.: Юрид. літ., 2017. 70 с. Бібліогр.: с. 58–64.

14. Бібліотека в реалізації державотворчої інформаційної політики: [моногр.] / [В. Бондаренко та ін.]; НАН України, Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського. К.: Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського, 2016. 323 с.

15. Бібліотечна журналістика: метод. матеріали до курсу / Харків. держ. наук. б-ка ім. В.Г. Короленка, Харків. обл. від-ня (філ.) ВГО «Укр. бібл. асоц.»; [уклад.: Л.В. Глазунова, С.М. Миценко]. Х.: ХДНБ ім. В.Г. Короленка, 2015. 286 с.

16. Ноокомунікологія: навч.-метод. посіб. для студ. магістратури спец. «029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» / Г.М. Швецова-Водка; Рівнен. держ. гуманітар. ун-т, ф-т док. комунікацій та менеджменту, каф. док. комунікацій і бібл. справи. К.: Кондор, 2019. 108 с.

17. The first/the oldest in the collections of the National Library of Poland / scientific editor Miłosz Sosnowski; translation Alicja Rosé. Warszawa: Biblioteka Narodowa, 2019. 318 s.

18. Centralna Biblioteka Statystyczna 1918–2018 = Central Statistical Library 1918–2018 / Bożena Łazowska. Warszawa: Centralna Biblioteka Statystyczna im. Stefana Szulca, 2018. 220 s.

19. Biblioteki w kulturze Kresów / pod redakcją naukową Marii Kalczyńskiej, Danuty Szewczyk-Kłos, Anny Jańdziak i Pawła Melczewskiego; Uniwersytet Opolski, Biblioteka Główna Uniwersytetu Opolskiego. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, 2017. 154 s.

20. 160 let knihovny v Klatovech: 1860–2020: zajímavosti z historie a vývoje klatovského knihovnictví. [s. L.]: Klatovy: Městská knihovna, 2020.

21. Kubiček, J. Dějiny veřejných lidových knihoven v českých zemích = History of public libraries in the Czech Lands. [s. L.]: Brno: Moravská zemská knihovna, 2019.

22. Ibekwe, F. European Origins of Library and Information Science. Fidelia Ibekwe. [s. L.]: Bingley: Emerald Publishing, 2019.

23. Conner, M.; Plocharczyk, L. Libraries and Reading: Intellectual Disability and the Extent of Library Diversity. [s. L.]: Bingley: Emerald, 2020.

24. Cox, F. M.; Hines-Martin, V.; Cunningham, H. R. Library Collaborations and Community Partnerships: Enhancing health and quality of life. [s. L.]: London; New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2020.

25. Mcleish, S. Resource Discovery for the Twenty-First Century Library: Case studies and perspectives on the role of IT in user engagement and empowerment. [s. L.]: London: Facet Publishing, 2020.

26. Biblioteka w chmurze czy chmury nad biblioteką / pod redakcją Tomasza Piestrzyńskiego, Justyny Jerzyk-Wojteckiej. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2018. 298 s.

27. Ickey, T. J. Library Dementia Services: How to meet the needs of the Alzheimer's community. [s. L.]: Bingley: Emerald Publishing, 2020.

28. Lánská, D. Knihovna v mém životě: rozhovory s lidmi, kteří svůj život spojili s knihovnou. [s. L.]: Praha: Městská knihovna v Praze, 2019.

29. Vacek, Jiří. Slovanská knihovna — můj osud: mozaika vzpomínek. Praha: Národní knihovna České republiky. Slovanská knihovna, 2016. 174 s.

30. Lor, P. J. International and Comparative Librarianship: Concepts and methods for global studies. [s. L.]: Berlin; Boston: De Gruyter Saur, 2019.

31. Priestner, A. User Experience in Libraries: yearbook 2019. [s. L.]: Goxhill: UX in Libraries, 2020.

32. Стамбол, І. Тенденції розвитку новітньої біобібліографії (за матеріалами всеукраїнського «Біографічного рейтингу»). *Інтегровані комунікації*. 2020. № 8. URL: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2019.2.13>

References

1. Dva stolittia sluzhinnia knyzi. Istoriiia Naukovoї biblioteki Odeskoho natsionalnoho universytetu imeni I. I. Mechnykova, 1817–2017. (2017). Monohrafiia [Aliexsienko M. V. ta in.; vidr. red. Podrezova M. O.], Odes. Nats. Un-t im. I. I. Mechnykova, Naukova biblioteka, Odesa: ONU, 290 p. [in Ukrainian].

2. Istoriiia rozvytku bibliotek Ukrainy dlia ditei: (kinets XIX–XX st.). (2017). Monohrafiia [A. I. Hordiienko, T. M. Turbanist, T. V. Shamarina ta in.], M-vo kultury Ukrainy, Nats. biblioteka Ukrainy dlia ditei, Kyiv: Lira-K, 589 p. [in Ukrainian].

3. Mukha, L. (2019). Natsionalna biblioteka Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho: zberezheniia, konservatsiia ta restavratsiia biblioteknykh fondiv v Ukraini (1992–2019). NAN Ukrainy, Nats. biblioteka Ukrainy im. V. I. Vernadskoho, Tsentralna konservatsiia i restavratsiia, Kyiv: NBUV, 232 p. [in Ukrainian].

4. Budivli ukrainskykh bibliotek: materialy bibliotekoznavchykh doslidzhen. (2017). Derzh. nauk. arkhitekturno-budivna biblioteka im. V. H. Zabolotnoho, [uklad. V. M. Piaskina], Kyiv: DNABB im. V. H. Zabolotnoho, 278 p. [in Ukrainian].

5. «Bibliotekna planeta» (1998–2018): systematychnyi pokazhchyk zmistu. (2018). [Uporiadnyk N. Tertychka], Kyiv: Nats. biblioteka Ukrainy im. Yaroslava Mudroho, 215 p. [in Ukrainian].

6. Hazetnyi fond Natsionalnoi istorichnoi biblioteki Ukrainy, 1728–2007. (2020). Katalog kolektsii, Kyiv: Vydavnychi dim «Vinichenko», 132 p. [in Ukrainian].

7. Muzychna Shevchenkiana u fondakh Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho. (2019). [Vidp. redaktor L. H. Rudenko; nauk. redaktor L. V. Ivchenko; ukkladach L. V. Ivchenko ta in.], NAN Ukrainy, Nats. biblioteka Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho, In-t knyhoznavstva, Kyiv: Akadempriodyka, 990 p. [in Ukrainian].

8. Suchasna publiczna biblioteka vid A do Ya. (2019). Dovidnyk, [N. I. Rozkolupa ta in.; nauk. Red. N. I. Rozkolupa], Nats. biblioteka Ukrainy im. Yaroslava Mudroho, Kyiv: Nats. biblioteka Ukrainy im. Yaroslava Mudroho, 191 p. [in Ukrainian].

9. Semantychni tekhnologii u naukovi bibliotetsi. (2019). [Kolektyvna monohrafiia, [T. Yu. Vlasova ta in.; vidp. redaktor K. V. Lobuzina], NAN Ukrainy, Nats. biblioteka Ukrainy im. V. I. Vernadskoho, Kyiv: NBUV, 311 p. [in Ukrainian].
10. Kyianytsia, Ye. (2018). Zviazky bibliotek z hromadskistiu v sotsiokulturnomu prostori rehionu. Monohrafiia, Kyivskiy natsionalnyi universytet kultury i mystetstv, Kyivskiy natsionalnyi torhivno-ekonomichnyi universytet, Kyiv: Lira-K, 179 p. [in Ukrainian].
11. Hrabar, N. (2017). Fenomen spilkuвання v biblioteknii sferi. Monohrafiia, Kharkiv: Stylna typohrafiia, 280 p. [in Ukrainian].
12. Kopanieva, V. (2020). Biblioteka v seredovyskhi tsyfrovoy nauky: systemno-intehratsiina vzaiemodiia. Monohrafiia, Kyiv: Lira-K, 322 p. [in Ukrainian].
13. Kharytonova, O. I. et al (2017). Pravove rehuliuвання vykorystannia zobrazhen u elektronnykh bibliotekakh za zakonodavstvom Ukrainy. Monohrafiia, Natsionalnyi universytet «Odeska yurydychna akademiia», Odesa: Yurydychna literatura, 70 p., Bibliohr.: p. 58–64 [in Ukrainian].
14. Bondarenko, V. et al (2016). Biblioteka v realizatsii derzhavotvorchoi informatsiinoi polityky. Monohrafiia, NAN Ukrainy, Nats. biblioteka Ukrainy im. V. I. Vernadskoho, Kyiv: Nats. biblioteka Ukrainy im. V. I. Vernadskoho, 323 p. [in Ukrainian].
15. Hlazunova, L. V. & Mytsenko, S. M. (2015). Bibliotekna zhurnalistyka. Metod. materialy do kursu, Kharkiv: KhDNB im. V. H. Korolenka, 286 p. [in Ukrainian].
16. Shvetsova-Vodka, H. M. (2019). Nookomunikolohiia. Navch.-metod. posibnyk dlia studentiv mahistratury spets. «029 Informatsiina, bibliotekna ta arkhivna sprava». Kyiv: Kondor, 108 p. [in Ukrainian].
17. The first/the oldest in the collections of the National Library of Poland. (2019). Scientific editor Miłosz Sosnowski, translation Alicja Rosé, Warszawa: Biblioteka Narodowa, 318 p. [in Polish].
18. Łazowska, Bożena (2018). Centralna Biblioteka Statystyczna 1918–2018 = Central Statistical Library 1918–2018. Warszawa: Centralna Biblioteka Statystyczna im. Stefana Szulca, 220 s. [in Polish].
19. Biblioteki w kulturze Kresów. (2017). Pod redakcją naukową Marii Kalczyńskiej, Danuty Szewczyk-Kłos, Anny Jańdziak i Pawła Melczewskiego; Uniwersytet Opolski, Biblioteka Główna Uniwersytetu Opolskiego. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, 154 s. [in Polish].
20. 160 let knihovny v Klatovech: 1860–2020. (2020). Zajímavosti z historie a vývoje klatovského knihovnictví. [s. l.]: Klatovy: Městská knihovna [in Polish].
21. Kubíček, J. (2019). Dějiny veřejných lidových knihoven v českých zemích = History of Public Libraries in the Czech Lands. [s. l.]: Brno: Moravská zemská knihovna [in Polish].
22. Ibekwe, F. (2019). European Origins of Library and Information Science. Bingley : Emerald Publishing [in English].
23. Conner, M., & Plocharczyk, L. (2020). Libraries and Reading: Intellectual disability and the extent of library diversity. [s. l.]: Bingley: Emerald [in English].
24. Cox, F. M., Hines-Martin, V., & Cunningham, H. R. (2020). Library Collaborations and Community Partnerships: Enhancing health and quality of life. [s. l.]: London ; New York : Routledge, Taylor & Francis Group [in English].
25. Mcleish, S. (2020). Resource Discovery for the Twenty-First Century Library: Case studies and perspectives on the role of IT in user engagement and empowerment. [s. l.]: London: Facet Publishing [in English].
26. Biblioteka w chmurze czy chmury nad biblioteką. (2018). Pod redakcją Tomasza Piestrzyńskiego, Justyny Jerzyk-Wojteckiej. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 298 s. [in Polish].
27. Ickey, T. J. (2020). Library Dementia Services: How to meet the needs of the Alheimers community. [s. l.]: Bingley: Emerald Publishing [in English].
28. Lánská, D. (2019). Knihovna v mém životě: rozhovory s lidmi, kteří svůj život spojili s knihovnou. [s. l.]: Praha: Městská knihovna v Praze [in Czech].
29. Vacek, Jiří (2016). Slovanská knihovna — můj osud: mozaika vzpomínek. Praha: Národní knihovna České republiky, Slovanská knihovna, 174 s. [in Czech].
30. Lor, P. J. (2019). International and Comparative Librarianship: Concepts and methods for global studies. [s. l.]: Berlin; Boston: De Gruyter Saur [in English].
31. Priestner, A. (2020). User Experience in Libraries: Yearbook 2019. [s. l.]: Goxhill: UX in Libraries [in English].
32. Stambol, I. (2020). Tendentsii rozvytku novitnoi biobibliohrafi (za materialamy vseukrainskoho «Biohrifichnoho reitynhu»). *Integrated Communications*, 2020, No 8 [in Ukrainian].
<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2019.2.13>

Подано до редакції: 30.11.2020 р.
 Прийнято до друку: 28.12.2020 р.

ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ

Фруктова Я.С.

доцент кафедри журналістики та нових медіа
Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка,
кандидат педагогічних наук
Ел. пошта: y.fruktova@kubg.edu.ua

Yana Fruktova,

Associate Professor of Journalism
and New Media Department,
Institute of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University,
PhD (Pedagogical Sciences)
Email: y.fruktova@kubg.edu.ua
ORCID iD 0000-0002-3099-3862

Драч А.П.

магістрантка Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка
Ел. пошта: a.drach@kubg.edu.ua

Alyona Drach,

Master of the Institute of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University
Email: a.drach@kubg.edu.ua

<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2020.2-10.6>

УДК 02:001.4

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІДКРИТОСТІ ЗАКЛАДАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

ENSURING INFORMATION OPENNESS BY HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS OF UKRAINE

У статті здійснено спробу дослідити поняття «інформаційна прозорість» як нормативно-правову та наукову категорію, проаналізувати сучасну теорію та практику реалізації цієї вимоги на прикладі провідних закладів вищої освіти України, зокрема Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Національного університету «Києво-Могилянська академія», Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Під час дослідження було оцінено не лише комунікативно-інформаційну, але й маркетингову та іміджеву функції офіційних сайтів освітніх установ. Зважаючи на те, що цільова аудиторія інтернет-ресурсів ЗВО складається як зі студентів та співробітників, так і з абітурієнтів, їхніх батьків, представників вищих органів державного управління, роботодавців, закордонних колег і партнерів, саме репрезентація у Всесвітній мережі може стати для закладу ключовим чинником формування позитивного чи негативного враження. Тому методом контент-аналізу офіційних сайтів провідних закладів вищої освіти в Україні було визначено характеристики привабливої для користувачів та водночас ергономічної структури сайту: інформація повинна подаватися доступно для тих, на кого організація істотно впливає або може вплинути, має бути своєчасною, заснованою на фактах, представленою в зрозумілій та об'єктивній формі таким чином, щоб дати цільовій аудиторії можливість точно оцінити вплив рішень і діяльності організації на їхні інтереси.

Ключові слова: інформаційна відкритість, освітній заклад, заклад вищої освіти, офіційний сайт, цільова аудиторія.

The article attempts to explore the concept of “information transparency” as a legal and scientific category; to analyse the modern theory and practice of this requirement on the example of leading higher education institutions of Ukraine, including Taras Shevchenko National University of Kyiv, National University of Kyiv-Mohyla Academy, National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”. The study assessed not only the communicative and informational, but also the marketing and image functions of the educational institution official website. Since the target audience of the higher education institutions websites consists not only of students and staff but also of entrants, their

parents, government officials, employers, foreign colleagues and partners, the representation on the World Wide Web can be a key factor in forming a positive or a negative impression. Therefore, the method of content analysis of official websites of leading higher education institutions in Ukraine determined the characteristics of attractive and at the same time ergonomic structure of the site: information should be available to those who are significantly influenced or can be influenced by the organization; it should be timely, evidence-based, presented in a clear and objective way so as to enable the target audience to accurately assess the impact of the organization's decisions and activities on their interests.

Key words: information openness, educational institution, higher education institution, official website, target audience.

Вступ. В останні роки ми спостерігаємо стрімке зростання ролі віртуального інформаційного простору в житті кожної людини. Якщо говорити про інтернет-ресурси, то це не лише швидкий та зручний спосіб інформування, але й ефективний засіб впливу. Саме наявність інформативного та ергономічного вебпорталу є однією з умов, які дають змогу скласти позитивне враження про компанію, зокрема про заклад вищої освіти. Сайт є візитівкою установи не лише для майбутніх студентів та їхніх батьків, але й для партнерів, засобів масової інформації тощо.

Загалом діяльність усіх освітніх закладів в Україні регулюється відповідним Законом України (ЗУ) «Про освіту», який набув чинності 5 вересня 2017 р. та скасував тим самим старий Закон від 1991 р. У статті 30 про прозорість та інформаційну відкритість закладу освіти ЗУ «Про освіту» перераховуються всі аспекти діяльності освітньої установи, які мають бути у відкритому доступі для кожного громадянина. Саме цією статтею керуються заклади освіти, звітуючи про свою роботу на офіційних сторінках вебсайтів.

Окремі аспекти проблеми дослідження та аналізу вебсторінок структурних навчальних підрозділів закладів вищої освіти висвітлено у працях І. Мальцева, Т. Самойлової, Д. Шевченка, Г. Браєма, Д. Буга, С. Круга, Е. Меєра, Ш. Мура, Р. Томала, Д. Чжена, Б. Шнайдермана та ін.

Метою статті є дослідження специфіки ведення офіційного інтернет-сайту закладу вищої освіти та забезпечення його інформаційної відкритості. Мета передбачає виконання низки **завдань:** розглянути поняття «інформаційна прозорість» як нормативно-правову категорію, зокрема ст. 30 ЗУ «Про освіту», яка визначає критерії відкритості освітніх установ; проаналізувати сучасну теорію та практику щодо реалізації цієї вимоги на прикладі провідних закладів вищої освіти України; дати критичну оцінку забезпечення інформаційної відкритості Інституту журналістики Університету Грінченка.

Методи дослідження: аналіз сучасних нормативно-правових документів та наукових

джерел із проблеми дослідження; узагальнення досвіду провідних університетів щодо забезпечення інформаційної відкритості; контент-аналіз текстового та позатекстового компонентів офіційних сайтів закладів вищої освіти України; статистичні методи дослідження (статистика відвідувань офіційних сайтів, переглядів).

Результати дослідження. Проблема прозорості останнім часом дедалі частіше згадується під час характеристики різних соціальних інституцій у контексті демократизації державного і суспільного життя в Україні. Здебільшого це пов'язано з вивченням міжнародних стандартів та адаптацією досвіду країн Європейського Союзу, в якому прозорість визнано одним із принципів, що впливає з ідеї утвердження правового співтовариства [5]. У результаті, на думку вітчизняних науковців, політиків, експертів, прозорість постає обов'язковою характеристикою соціальних комунікацій насамперед за участю органів державної влади, фінансових установ, засобів масової інформації, громадських організацій. О. Олійник у своїй науковій праці наголошує, що інформація повинна подаватися доступно і зрозуміло для тих, на кого організація істотно впливає або може вплинути [12]. Вона має бути своєчасною, заснованою на фактах, представленою в зрозумілій та об'єктивній формі таким чином, щоб дати цільовій аудиторії можливість точно оцінити вплив рішень і діяльності організації на їхні інтереси. Варто зазначити, що принцип прозорості не передбачає розкриття конфіденційної інформації або такої, що може призвести до порушення юридичних зобов'язань, зобов'язань щодо безпеки і недоторканності приватного життя.

Інформаційна прозорість формується у двох аспектах: зовнішньому і внутрішньому. Зовнішня інформаційна прозорість є необхідною умовою для формування довіри контрагентів зовнішнього середовища з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства, установи, організації. Також зовнішня інформаційна прозорість компанії сприяє її розвитку, формуванню позитивного іміджу як елемента організаційної культури, покращенню зв'язків із громадськістю. Інформаційна

прозорість є інструментом ефективного корпоративного управління і гарантом виконання суб'єктом своїх контрактів та зобов'язань [7]. Відповідно спостерігається тісний причинно-наслідковий зв'язок між зовнішньою інформаційною прозорістю та інтерфейсною безпекою суб'єкта: чим вищий рівень інформаційної прозорості, тим легше і швидше можна налагодити тісні та безпечні взаємини з ним як із бізнес-партнером.

Сучасна система освіти сьогодні повинна перетворитися на відкрите соціально-педагогічне середовище взаємодії із громадськістю. Вважається, що ефективними засобами налагодження інформаційного обміну між поставачальниками та споживачами освітніх послуг і додатковими інструментами стратегічного розвитку сучасної вищої школи є новітні мережеві технології. Дослідження аналітичного центру CEDOS «Про рейтинг прозорості університетів — 2016» підтверджує, що саме сайт стає стратегічно важливим інструментом інформаційної політики, за допомогою якого заклади освіти мають змогу знаходити абітурієнтів, які відповідають їхнім вимогам [14]. Оцінювання охоплювало понад 40 параметрів, які групувалися у шість індикаторів: фінансова прозорість; адміністративна прозорість; наявність на сайті ЗВО стратегічного плану розвитку; інформування на сайті закладу про зміст навчання; інформування на сайті про можливості працевлаштування; інформування про можливості міжнародного обміну.

Відповідно до ст. 30 ЗУ «Про освіту» заклади освіти, які мають ліцензію на провадження освітньої діяльності, зобов'язані забезпечувати на своїх вебсайтах (у разі їх відсутності — на вебсайтах своїх засновників) відкритий доступ до такої інформації та документів [6]: статут закладу освіти; ліцензії на провадження освітньої діяльності; сертифікати про акредитацію освітніх програм, сертифікат про інституційну акредитацію закладу вищої освіти; структура та органи управління закладу освіти; кадровий склад закладу освіти згідно з ліцензійними умовами; освітні програми, що реалізуються у закладі освіти, та перелік освітніх компонентів, що передбачені відповідною освітньою програмою; територія обслуговування, закріплена за закладом освіти його засновником (для закладів дошкільної та загальної середньої освіти); ліцензований обсяг та фактична кількість осіб, які навчаються у закладі освіти; мова (мови) освітнього процесу; наявність вакантних посад, порядок і умови проведення конкурсу на їх заміщення (у разі його

проведення); матеріально-технічне забезпечення закладу освіти (згідно з ліцензійними умовами); напрями наукової та/або мистецької діяльності (для закладів вищої освіти); наявність гуртожитків та вільних місць у них, розмір плати за проживання; результати моніторингу якості освіти; річний звіт про діяльність закладу освіти; правила прийому до закладу освіти; умови доступності закладу освіти для навчання осіб з особливими освітніми потребами; розмір плати за навчання, підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації здобувачів освіти; перелік додаткових освітніх та інших послуг, їх вартість, порядок надання та оплати; правила поведінки здобувача освіти у закладі освіти; план заходів, спрямованих на запобігання та протидію булінгу (цькування) у закладі освіти; порядок подання та розгляду (з дотриманням конфіденційності) заяв про випадки булінгу (цькування) у закладі освіти, реагування на доведені випадки; інша інформація, що оприлюднюється за рішенням закладу освіти або на вимогу законодавства.

Цільова аудиторія офіційного сайту закладу вищої освіти доволі різноманітна і складається з потенційних абітурієнтів, їхніх батьків, студентів, викладачів і аспірантів (як «власних», так і з інших ЗВО), представників вищих органів державного управління, роботодавців, випускників, закордонних колег і партнерів (зокрема потенційних). Визначення цільової аудиторії (або її обмеження певними критеріями) надзвичайно важливе, тому що функціонал сайту, його сервісні можливості залежать від того, наприклад, яким пристроєм (комп'ютером, смартфоном чи планшетом) користуватимуться відвідувачі, до якого інтернету матимуть доступ (домашній, із платним трафіком і/або з високою швидкістю), який досвід використання мережі є у користувачів, який рівень освіти або інтелектуальних запитів відвідувачів тощо.

О. Головка виокремлює такі напрями роботи сайтів закладів вищої освіти: *комунікативно-інформаційний* (створення комунікативно-інформаційних зв'язків між закладом освіти та потенційними абітурієнтами); *маркетинговий* (комунікативно-інформаційне забезпечення просування закладу вищої освіти на освітньому ринку); *виробничий* (створення інформаційного продукту); *культурно-виховний* (вплив інформації, розміщеної на сайті, на світогляд особистості, її розвиток та культуру); *професійний* (огляд професійної діяльності закладу освіти); *іміджевий* (створення бажаного для закладу освіти іміджу та позиціонування установи на освітньому ринку) [4].

На думку А. Скрипкиної, у процесі формування іміджу закладів освіти потрібно дотримуватись певних загальних вимог: масова аудиторія має володіти загальною ціннісною орієнтацією; інформація повинна сприяти налагодженню, поширенню і підтримці комунікації; наявність відповідних засобів, які підтримують комунікативний процес; забезпечення багатоканальності комунікативних засобів (візуальні, аудіовізуальні канали, варіативність мов) [16].

Не менш важливою складовою частиною є дизайн сайту. Основне завдання дизайну — надати необхідну користувачеві інформацію у зручному і привабливому вигляді. Дизайн задає стиль сайту. Продуманий вебдизайн з першого погляду дає зрозуміти, на що користувач може розраховувати, перебуваючи на сайті. Дизайн повинен бути привабливим, але не нав'язливим. Передусім користувачі заходять на сайт, щоб отримати інформацію, тож дизайн має не перешкоджати, а допомагати отримати необхідні дані.

Д. Шевченко та Ю. Локтюшина розглядають дизайн сайту за такими параметрами: цілісність стильового оформлення; читабельність шрифту; гармонійність оформлення підсайтів; зручність перегляду фото (відео); кросбраузерність і кросплатформність [19].

Візьємо для аналізу конкретні приклади. Український католицький університет (УКУ) — заклад вищої освіти у Львові, заснований ще 1928 р. На сьогодні це один з провідних закладів вищої освіти в Україні, які налагодили успішну міжнародну діяльність. Університет співпрацює з освітніми установами США, Італії, Великої Британії, Канади та Аргентини. Його сайт має такі основні рубрики: «Абітурієнтам», «Навчання», «Наука», «Духовність», «Життя в спільноті», «Про УКУ». На головну сторінку винесено новини, анонси, оголошення та фотогалерею. Тобто кожен відвідувач сайту передусім бачить, що відбувається та планується в університеті. Рубрика «Офіційна інформація» містить перелік усіх нормативних документів, які мають бути у вільному доступі. Структура сайту інтуїтивно зрозуміла та зручна. Також наявні доволі незвичні для сайтів освітніх установ рубрики: «Медіа» та «Добročинцям». На цих сторінках міститься корисна інформація для можливих партнерів. Наприклад, усі очі можуть одразу ознайомитися з брендбуком установи, зв'язатися з університетським відділом маркетингу та дізнатись, яким чином можна підтримати діяльність закладу освіти. Наявна майже ідентична англomовна версія сайту. На відміну від української версії, в ній

є кілька додаткових рубрик, які мають сприяти формуванню привабливого іміджу закладу для іноземних абітурієнтів та містять необхідну для вступу інформацію.

За підсумками аналізу рубрики «Новини» можна сказати, що сайт УКУ детально висвітлює діяльність закладу. Найчастіше трапляються матеріали таких жанрів: розширена замітка (40 %); інтерв'ю (16 %); замітка (12 %); звіт (12 %); репортаж (8 %); стаття (8 %); коментар (4 %). Кожна публікація доповнена візуальним елементом (фотографією, графічною ілюстрацією тощо). Стилiстика публікацій офіційно-ділова, але можна знайти тексти наукового та публіцистичного стилів. Основне призначення матеріалів публіцистичного стилю — активний вплив на реципієнта, спонукання його до діяльності. Тому ознаки цього стилю можна виявити у привітаннях студентів чи співробітників, зверненнях ректора до студентства і колективу тощо.

Оформлення сайту мінімалістичне, не переобтяжене великою кількістю кольорів та ілюстрацій. Шрифт зручний для читання на екранах різних девайсів. З відтворенням візуальних елементів теж не виникає труднощів, що свідчить про продуману оптимізацію сайту для різних платформ.

Київський політехнічний інститут (з 2016 р. — Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» — НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського») засновано 1898 р. НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського» входить до 4 % найкращих університетів світу за міжнародними рейтингами QS і Webometrics. Щорічно університет займає найвищі позиції у рейтингах закладів вищої освіти України «Компас» та «ТОП-200 Україна». А за версією корпорації «Google», він став найпопулярнішим закладом вищої освіти України у Всесвітній мережі за останні роки.

До складу закладу вищої освіти входять 16 факультетів, 11 навчально-наукових інститутів, кілька науково-дослідних інститутів і наукових центрів. Факультети та інститути представлені на сайті окремою вебсторінкою, на якій наведено короткий загальну інформацію про кожен підрозділ: адреса, телефон, e-mail, декан факультету, випускові кафедри та освітні програми. Натомість усі кафедри мають окремі сайти з розгалуженою структурою та детальним висвітленням діяльності, що доволі незвично, оскільки традиційно окремі сайти створюються для інститутів чи факультетів, на яких кафедрам виділяється кілька сторінок.

Інформація, яка підлягає обов'язковому оприлюдненню на офіційних вебсайтах ЗВО відповідно до вимог ЗУ «Про вищу освіту», розміщена на сайті університету у рубриці «Офіційна інформація» розділу «Університет». На головну сторінку інтернет-ресурсу винесено слайдер з анонсами, під яким розміщено блок «Новини прес-служби». З правого боку відвідувач може ознайомитися з оголошеннями. Враховуючи це, можемо зробити висновок, що адміністратори описаного сайту приділяють значну увагу висвітленню діяльності закладу освіти. Новини здебільшого подаються у вигляді заміток (76 % публікацій, із них 50 % — розширені замітки).

Також університет регулярно вітає студентство та співробітників зі святами чи здобутками. Кількість таких публікацій на сайті становить 24 %. Стиль повідомлень — офіційно-діловий. Усі публікації мають ілюстративне доповнення у вигляді фотографій з місця подій чи графічних зображень, інфографіки тощо. Більшість матеріалів доповнені ще й аудіо-візуальними елементами — невеликими репортажними роликками хронометражем до двох хвилин. Найчастіше у них відсутній синхрон, відеоряд іде під спокійну мелодію, а коментарі є частиною відеоряду. Цей сучасний формат активно використовують телеканали. Його перевага полягає в тому, що переглядати таке відео можна без звуку (глядач усе й так розуміє). Відео транслюються з відеохостингу «YouTube», що забезпечує всім користувачам зручний перегляд з будь-яких девайсів.

Ще однією особливістю публікацій на офіційному сайті є використання тегів. Тег «заклад вищої освіти», наприклад, дає можливість швидко знайти необхідну інформацію серед великої кількості матеріалів. Такими самими ключовими словами на сайті університету є: «співпраця», «зустріч», «партнерство», «студентське життя», «конкурс», «візит» тощо. Проаналізувавши вебресурс Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» на предмет висвітлення діяльності закладу вищої освіти, можна сказати, що освітня установа активно поширює інформацію про свою роботу, використовуючи різні канали та формати.

Водночас Київський національний університет імені Тараса Шевченка за рейтингами якості освіти, кількістю студентів і спеціальностей посідає перше місце. На сьогодні до складу цього закладу вищої освіти входять 14 факультетів, 8 інститутів, 1 відділення, 2 коледжі та 21 підрозділ. Ми проаналізували сайт Інституту

журналістики КНУ імені Тараса Шевченка як фахового щодо інформаційної діяльності.

У шапці інтернет-ресурсу розміщені такі рубрики: «Керівництво», «Кафедри», «Студії», «Контакти». Меню з лівого боку містить 12 рубрик та пропонує корисну інформацію для студентів (розклад занять/сесії, наука, відділ практики та кар'єри, міжнародна співпраця, корисні посилання тощо). З правого боку розміщені гіперпосилання на звіти та виступи директора, проекти і фахові видання Інституту. Оголошення, анонси та новини Інституту можна знайти на головній сторінці в одному блоці. Відсутність розділення між ними певною мірою ускладнює користування сайтом, оскільки пересічний користувач має витратити більше часу на те, щоб знайти необхідну інформацію. Новинні публікації, які висвітлюють діяльність закладу, губляться серед численних оголошень про переліки форм контролю, графіки навчального процесу та оновлення розкладу. Більшість матеріалів написані в жанрі замітки (46 %), решта представлені у вигляді розширених заміток та звітів (по 27 %). Публікації доповнені фото чи ілюстраціями. Кількість візуальних елементів невелика (не більше трьох фотографій до однієї події). Якщо матеріал у відеоформаті, то текстовий супровід до публікації відсутній. Також для висвітлення інститутських новин існує окремий вебресурс під назвою «Прес-служба», що функціонує на платформі WordPress. Новини на сайті пресслужби діляться на шість категорій: наука, навчання, студентське життя, міжнародна співпраця, благодійництво, календар подій. За цими тегами можна швидко відфільтрувати публікації і знайти необхідне. На відміну від новин на головній сторінці сайту, сторінці пресслужби притаманна більша жанрова різноманітність. Наприклад, часто трапляються репортажі та інтерв'ю. Візуальним елементам також приділено більше уваги. Велика кількість фото, які розбавляють тексти і доповнюють їх, роблять повідомлення об'ємнішими. Водночас на головній сторінці ілюстрації невеликого розміру, вони швидше губляться біля тексту, ніж доповнюють його. Ще однією особливістю сайту є наявність зворотного зв'язку: будь-який користувач може залишити коментар під публікацією. Стилістично вебресурс пресслужби відрізняється від основного сайту, що не можна назвати перевагою, оскільки складається враження, що це самостійний суб'єкт, а не підрозділ Інституту журналістики. Також недоцільно є невіддалене розміщення: перейти на сайт можна, лише натиснувши на рубрику «Прес-служба», яка відображається в боковому меню і зовсім

не відрізняється від інших рубрик. Відповідно не ознайомлений із структурою ресурсу користувач може й не помітити цієї рубрики.

Національний університет «Києво-Могилянська академія» — це заклад вищої освіти в Україні, заснований 1615 р. Згідно з актуальними оцінками якості навчання та кваліфікації випускників, НаУКМА посідав друге місце у Консолідованому рейтингу закладів вищої освіти України (2020), сьоме місце у рейтингу ТОП-200 (2020) та перше місце за відгуками працевлаштувачів випускників гуманітарних, правничих та економічних програм (2020). Сайт містить п'ять основних рубрик: «Абітурієнту», «Про нас», «Наука», «Освіта», «Ресурси» та «Сервіси». У рубриці «Освіта» можна ознайомитися з факультетами НаУКМА, кожен із яких має окрему вебсторінку з ключовою інформацією: керівний склад, освітньо-професійні програми, партнери, напрями наукових досліджень, ресурси, контакти. Окремих сайтів для факультетів чи кафедр не передбачено. Новини всіх структурних підрозділів розміщуються в новинному блоці на головній сторінці, а найсвіжіші новини та анонси представлені слайдером, який займає центральне місце. Анонси мають вигляд ілюстрацій. Натиснувши на них, користувач потрапляє на сторінки з детальнішою інформацією. Праворуч від анонсу та внизу розміщені заголовки найсвіжіших новин із гіперпосиланнями. Щоб переглянути попередні публікації, необхідно натиснути кнопку «Новини» над слайдером. Оскільки напис виділений сірим кольором на білому тлі серед інших рубрик, то його важко помітити одразу, що спричиняє певні незручності для нових користувачів. Сама сторінка новин представлена короткими заголовками, продовження новини можна побачити, лише натиснувши на «детальніше».

Водночас на інших проаналізованих сайтах новини мали не тільки заголовки, а й ліди та ключові ілюстрації/фото. На нашу думку, такий варіант вдаліший, оскільки користувач ліпше розуміє, про що йдеться в публікації, та може одразу вирішити, чи саме ця новина його цікавить. Це економить час користувача на пошуки та робить процес користування зручнішим та зрозумілішим.

Для висвітлення діяльності закладу освіти на сайті НаУКМА найчастіше використовують замітки. Контент-аналіз засвідчив, що 53 % новин на сайті є класичними замітками, а 47 % — розширеними. Стиль повідомлень — офіційно-діловий. На нашу думку, недостатньо уваги в новинному блоці приділено візуальним

елементам. Лише 30 % проаналізованих матеріалів містили супровідні ілюстрації (фото, графічні ілюстрації, інфографіку тощо). Здебільшого новина складалася з тексту та кількох внутрішніх гіперпосилань для можливого ознайомлення з попередніми подіями.

Висновки. Інформаційну прозорість дедалі частіше називають одним із головних критеріїв демократизації державного і суспільного життя в усьому світі. Рівень інформаційної прозорості впливає на ступінь довіри економічних суб'єктів один до одного на рівні вертикальних і горизонтальних економічно-правових зв'язків. Ще більше значення має інформаційна прозорість освіти у міжнародній співпраці, оскільки для іноземних партнерів загальнодоступні відомості про установу можуть стати єдиним джерелом даних для ухвалення важливих рішень.

Освіта як один із найдавніших і найважливіших суспільних інститутів надає сталості та визначеності соціальним відносинам ґрунтовно накопичення та передачі знань, досвіду, відтворення та розвитку культури, цілеспрямованого формування особистості, інтелектуального потенціалу суспільства. Саме тому питання інформаційної відкритості є важливим для будь-якого закладу освіти. Нині воно стає ще й гарантією якості надання освітніх послуг. Відповідно до ст. 30 ЗУ «Про освіту» заклади освіти, які мають ліцензію на провадження освітньої діяльності, зобов'язані забезпечувати на своїх вебсайтах відкритий доступ до інформації.

Під час дослідження ми проаналізували не лише комунікативно-інформаційну, але й маркетингову та іміджеву функції офіційного сайту освітньої установи. Оскільки цільова аудиторія вебресурсу ЗВО складається не лише зі студентів та співробітників, але й з абітурієнтів, їхніх батьків, представників вищих органів державного управління, роботодавців, закордонних колег і партнерів, саме репрезентація у Всесвітній мережі може стати для них ключовим чинником формування позитивного чи негативного враження. Тому методом контент-аналізу офіційних сайтів провідних закладів вищої освіти в Україні було визначено характеристики привабливої для користувачів та водночас ергономічної структури інтернет-ресурсу. Інформація повинна подаватися доступно і зрозуміло для тих, на кого організація істотно впливає або може вплинути. Вона має бути своєчасною, заснованою на фактах, представленою в зрозумілій та об'єктивній формі, щоб дати цільовій аудиторії можливість точно

оцінити відповідність діяльності організації та їхніх інтересів.

На основі проведеного дослідження, з урахуванням специфіки сайтів освітніх установ, було забезпечено інформаційну відкритість Інституту журналістики Університету Грінченка, зокрема здійснювалося анонсування заходів, звітування про виконану роботу й досягнення Інституту. Також започатковано нові рубрики, зокрема «Діяльність ради роботодавців» і «Успішні студенти та випускники».

Виконане дослідження не вичерпує всіх аспектів означеної проблеми. Подальшого наукового осмислення, зокрема, потребують питання використання сучасних дигітальних жанрів для висвітлення діяльності закладів вищої освіти, визначення кореляції між змістом офіційних сайтів та зовнішнім іміджем освітньої установи.

Список використаних джерел

1. Birmingham City University. Birmingham, 2020. URL: <https://www.bcu.ac.uk/> (дата перегляду: 03.10.2020).
2. Harvard University. Massachusetts, United States, 2020. URL: <https://www.harvard.edu/> (дата перегляду: 07.10.2020).
3. Божук Л., Клиніна Т. Інтернет-комунікації вищого навчального закладу як віртуальне навчальне середовище. *Інформація, комунікація, суспільство 2016*: матеріали 5-ї Міжнар. наук. конф. ICS-2016, 19–21 травня 2016 р. Л.: Вид-во Львівської політехніки, 2016. С. 130–131.
4. Головка О. Сайт вищого навчального закладу як елемент сучасної масової комунікації. *Обрії друкарства*. 2019. Т. 7. № 1. С. 45–61. URL: [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2019.1\(7\).169546](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2019.1(7).169546) (дата звернення: 09.10.2020).
5. Грицяк І. Деякі питання сумісності права України і права Європейського Союзу та відмінностей між ними. *Формування демократичного та ефективного державного управління в Україні*: матеріали наук.-практ. семінару, 11–12 берез. 2002 р. / заг. ред. В.І. Лугового, В.М. Князева. К.: Вид-во УАДУ, 2002. С. 201–206.
6. Закон України «Про інформацію». *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2017. № 38–39. С. 380. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>
7. Зачосова Н.В., Горячківська І.В. Інформаційна прозорість та забезпечення інтерфейсної безпеки як елементи попередження та протидії злочинам у економічній сфері на міжнародному рівні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 8 (1). С. 90–93. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuimevcg_2016_8\(1\)_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuimevcg_2016_8(1)_23).
8. Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. К., 2020. URL: <http://journ.knu.ua/> (дата перегляду: 24.09.2020).
9. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навч. посіб. / І.Ю. Тонкіх. Запоріжжя: ЗНТУ, 2017. 130 с.
10. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». К., 2020. URL: <https://kpi.ua/> (дата перегляду: 27.09.2020).
11. Національний університет «Києво-Могилянська академія». К., 2020. URL: <http://journ.knu.ua/> (дата перегляду: 13.09.2020).
12. Олійник О.О. Напрями підвищення прозорості діяльності організацій. *Соціально-трудові відносини: теорія і практика*: зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України; ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана»; Ін-т соц.-труд. відносин; редкол.: А.М. Колот (голова) [та ін.]. К.: КНЕУ, 2017. № 1. С. 224–230.
13. Охоцька А. Веб-сайт як новітній засіб комунікації вищого навчального закладу. *Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації*: зб. матеріалів I Міжнар. наук.-практ. конф., 19–20 березня 2015 р. О., 2015. С. 212–216.
14. Про рейтинг прозорості університетів – 2016 / Аналітичний центр CEDOS. URL: <http://www.cedos.org.ua/uk/ranking-16>
15. Репортаж: між фактами та емоціями. Практичний посібник для журналістів. Л.: Вид-во Українського католицького університету, 2015. 120 с.
16. Скрипкина А.В. Internet-ресурс в формуванні іміджа вузів на сучасному етапі. *Современные проблемы высшего профессионального образования. Общество и право*. 2012. № 5 (42). С. 316–319.
17. Український католицький університет. Л., 2020. URL: <https://ucu.edu.ua/> (дата перегляду: 18.09.2020).
18. Фесенко А.М. Веб-сайт як засіб комунікативної діяльності ВНЗ: проблема ефективності використання (на прикладі ВНЗ м. Миколаїв). *Наук. праці. Серія: Соціологія*. 2014. Вип. 232. Т. 244. С. 76–79.
19. Шевченко Д.А., Локтюшина Ю.В. Ефективність веб-сайтів вищих навчальних заведень. *Методика оцінки конкурентоспособності сайту вуза в Інтернет*. М.: ННОУ «МИПК», 2014. 141 с.

References

1. Birmingham City University. [in English]. <https://www.bcu.ac.uk/>
2. Harvard University. [in English]. <https://www.harvard.edu/>
3. Bozhuk, L., & Klynina, T. (2016). Internet-komunikatsii vyshchoho navchalnoho zakladu yak virtualne navchalne seredovyshche [Internet Communications of Higher Education Institution as a Virtual Learning Environment]. *Information, Communication, Society, Ukraine*, Lviv, May 19–21, 2016), Lviv: Lviv Polytechnic Publishing House, pp. 130–131 [in Ukrainian].
4. Golovko, O. (2019). Sait vyshchoho navchalnoho zakladu yak element suchasnoi masovoi komunikatsii [Site of Higher Education Institution as an Element of Modern Mass Communication]. *Obrii drukarstva [Horizons of Printing]* (electronic journal), Vol. 7, No. 1, pp. 45–61 [in Ukrainian] [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2019.1\(7\).169546](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2019.1(7).169546)

5. Hrytsyak, I. (2002). Deiaki pytannia sumisnosti prava Ukrainy i prava Yevropeiskoho Soiuzu ta vidminnostei mizh nymy [Some Issues of Compatibility of Law of Ukraine and the Law of the European Union and the Differences between Them]. *Formation of Democratic and Effective Public Administration in Ukraine* (Ukraine, Odessa, March 11–12, 2002) (Eds. Lugova V. I., Kniازه V. M.), Kyiv: UADU, pp. 201–206 [in Ukrainian].
6. Law of Ukraine on the Information № 2657-XII. (2 October, 1992). Verkhovna Rada of Ukraine, 48, 650 [in Ukrainian].
7. Zachosova, N. (2016). Informatysiina prozorist ta zabezpechennia interfeisnoi bezpeky yak elementy poperedzhennia ta protydii zlochynam u ekonomichnii sferi na mizhnarodnomu rivni [Information Transparency and Ensuring Interface Security as Elements of Prevention and Counteraction to Crimes in the Economic Sphere at the International Level]. *Scientific Bulletin of Uzhgorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy*, Vol. 8, No. 1, pp. 90–93 [in Ukrainian].
8. Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University. [in Ukrainian].
<http://journ.knu.ua/>
9. Tonkikh, Yu. (2017). Internet-zhurnalistyka. Zhanry v Interneti [Internet Journalism. Genres on the Internet]. *Zaporizhzhia: ZNTU*, 130 p. [in Ukrainian].
10. National Technical University of Ukraine “Kyiv Polytechnic Institute named after Igor Sikorsky”. [in Ukrainian].
<https://kpi.ua/>
11. National University “Kyiv-Mohyla Academy. [in Ukrainian].
<http://journ.knu.ua/>
12. Oliinyk, O. (2017). Napriamy pidvyshchennia prozorosti diialnosti orhanizatsii [Areas of Increasing Organizational Transparency Staff]. *Social and Labor Relations: Theory and Practice*, Kyiv: KNEU, pp. 224–230 [in Ukrainian].
13. Okhotska, A. (2015). Veb-sait yak novitnii zasib komunikatsii vyshchoho navchalnoho zakladu [Website as the Latest Means of Communication of Higher Education Institution]. *Topical Issues of Records Management and Information Activities: Theories and Innovations*, Ukraine, Odessa, March 19–20, 2015, pp. 212–216 [in Ukrainian].
<https://cutt.ly/QuwiV7g>
14. Analytical center CEDOS. [in Ukrainian].
<http://www.cedos.org.ua/uk/ranking-16>
15. Ukrainian Catholic University (2015). Reportazh: mizh faktamy ta emotsiiamy [Reporting: Between facts and emotions]. A practical guide for journalists, Lviv: Ukrainian Catholic University, 120 p. [in Ukrainian].
16. Skripkina, A. (2012). Internet-resurs v formirovanii imidzha vuzov na sovremennom etape [Internet-Resource in the Formation of the Image of Universities at the Present Stage]. *Sovremennyye problem vysshego professionalnogo obrazovaniia. Obshchestvo i pravo [Modern Problems of Higher Professional Education. Society and Law]*, Vol. 5, No. 42, pp. 316–319 [in Russian].
17. Ukrainian Catholic University. [in Ukrainian].
<https://ucu.edu.ua/>
18. Fesenko, A. (2014). Veb-sait yak zasib komunikativnoi diialnosti VNZ: problema efektyvnosti vykorystannia (na prykladi VNZ m. Mykolaiv) [Website as Means of Communicative Activities of Universities: The problem of efficiency (on the example of universities in Mykolaiv)]. *Sociology*, Vol. 232, No. 244, pp. 76–79 [in Ukrainian].
19. Shevchenko, D., & Loktyushina, Yu. (2014). Effektivnost veb-saitov vysshikh uchebnykh zavedenii. Metodika otsenki konkurentosposobnosti saita vuza v Internet [Effectiveness of Higher Education Websites. Methods for Assessing the Competitiveness of the University Website on the Internet]. Moscow: NNOU “MIPK”, 141 p. [in Russian].

Подано до редакції: 10.12.2020 р.

Прийнято до друку: 28.12.2020 р.

Іванов Д.В.,
доцент кафедри міжнародних відносин
Українсько-польського ЗВО
«Центрально-Європейський університет»,
інформаційний аналітик-міжнародник,
кандидат юридичних наук
Ел. пошта: dvi@mail.fr

Denys Ivanov,
Associate Professor
of the Department of International Relations
at Ukrainian-Polish High School
“Central European University”,
Candidate of Law Science, Foreign Affairs Analyst
Email: dvi@mail.fr
ORCID iD 0000-0002-2246-2404

Denys Ivanov,
Doktor prawa, analityk informacji międzynarodowej,
Adiunkt w Katedrze stosunków międzynarodowych
Ukraińsko-Polskiej Szkoły Wyższej
“Centralny Europejski Uniwersytet”
Email: dvi@mail.fr

<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2020.2-10.7>

УДК 316.77

КОМУНІЗМ ТА НОСТАЛЬГІЯ. ЖУРБА ЗА КОМУНІЗМОМ У РОБОТАХ ЕСЕЇСТІВ З ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНОЇ ЄВРОПИ ТА БАЛКАН

KOMUNIZM ORAZ NOSTALGIA. TĘSKNOTA ZA KOMUNIZMEM W PRACACH ESEISTÓW EUROPY ŚRODKOWO-WSCHODNIEJ ORAZ BAŁKAN

COMMUNISM AND NOSTALGIA. LONGING FOR COMMUNISM IN TEXTS OF PUBLICISTS FROM CENTRAL-EASTERN EUROPE AND BALKANS

Метою статті є узагальнення виявів ностальгії в текстах збірки «Ностальгія: есе про журбу за комунізмом», авторами якої є Аlesi Дебеляк (Словенія), Дубравка Угрешич (Хорватія), Фатос Любоня (Албанія), Йоахим Тренкнер (Німеччина), Юрій Андрухович (Україна), Маріус Івашкявичюс (Литва), Мартін Шимечк (Словаччина), Павел Смоленскі (Польща), Вацлав Жак (Чехія), Петр Саутер (Естонія), Светлана Бойм (Росія) та ін. Завдяки застосуванню контент-аналізу, індукції та дедукції було виявлено спільні (регіональні) та відмінні (національні, персональні/авторські) ознаки ностальгії. Використовуючи селекцію, вдалося з'ясувати головні акценти нарації авторів. Підтверджено, що есеїсти описують ностальгію на семіотичному рівні: у спробі тлумачення цього поняття автори аналізують структуру ностальгії, пов'язані з нею символи, матеріальні ознаки в архітектурі та предметах і нематеріальні носії інформації — музику, вислови з фільмів, атмосферу. Значиться, що такий підхід дає змогу проаналізувати «мову» ностальгії, її ознаки в текстах. Аналіз регіонального рівня свідчить про різноманітність виявів ностальгії та способів реакції на неї — проведення політики декомунізації, використання ностальгії для реалізації капіталістичних (парк Grūtas у Литві) та політичних завдань (ідеї створення Великої Угорщини або Королівства Югославії). Обговорення ностальгії та реакції на неї можна оцінити як дискусію заради дискусії з огляду на саму природу ностальгії, що для особи, яка її відчуває, є одним з елементів самоідентифікації. Адже відповідь на питання «Хто я?» можна дати, лише відповівши на запитання «Як я став тим, ким є?» і «Ким я був колись?». Стверджується, що політика затирання пам'яті пов'язана з розривом безперервності, необхідної для самоідентифікації.

Ключові слова: ностальгія, комунізм, есе, ідентичність, самоідентифікація, декомунізація.

Celem artykułu jest uogólnianie wizji nostalgii przedstawionej w tekstach zbioru „Nostalgia: Eseje o tęsknocie za komunizmem”, autorami których są: Aleš Debeljak (Słowenia), Dubravk Ugresic (Chorwacja), Fatos Lubonia (Albania), Joachim Trenkner (Niemcy), Jurij Andruchowycz (Ukraina), Marius Ivaškevičius (Litwa), Martin Šimečka (Słowacja), Paweł Smoleński (Polska), Vaclav Žak (Czechy), Peeter Sauter, (Estonia), Svetlana Boym (Rosja) i inni. Za pomocą analizy treści, indukcji oraz dedukcji zidentyfikowano wspólne (regionalne) i różniące się (narodowe, osobiste / autorskie) cechy nostalgii. Wykorzystując selekcję naświetlono główne akcenty narracji autorów. Stwierdzono, że eseści opisują nostalgię na poziomie semiotycznym — próbując zdefiniować nostalgię, autorzy analizują jej strukturę, związane z nią symbole, jej materialne nośniki w architekturze, obiektach materialnego świata oraz nośniki niematerialne — muzykę, wyrażenia filmowe, atmosferę. Zaznaczono, że takie podejście jest analizą „języka” nostalgii, jej przejawów. Analiza regionalna z kolei pokazuje różnorodność przejawów nostalgii i sposoby reagowania na nią, takich jak: realizacja polityki dekomunizacji, wykorzystanie nostalgii do celów kapitalistycznych (park Grūtas na Litwie), jej stosowanie do celów politycznych (wykorzystanie idei Wielkich Węgier lub Królestwa Jugosławii). Dyskusja o nostalgii i ocena jej reakcji są scharakteryzowane jako „dyskusja do celu dyskusji” ze względu na naturę nostalgii, która jest jednym z elementów samoidentyfikacji dla osoby jej doświadczającej, ponieważ udzieleniu odpowiedzi na pytanie „kim jestem?” pośredniczy odpowiedź na pytanie „jak stałam się tym kimś?”, „kim byłem/am kiedyś?”. Stwierdzono, że polityka skażenia pamięci jest związana z przerwaniem ciągłości niezbędnej do samoidentyfikacji.

Słowa kluczowe: nostalgia, komunizm, esej, tożsamość, samoidentyfikacja, dekomunizacja.

The main objective of the article is to summarize the vision of nostalgia presented in the texts of the essay collection “Nostalgia — Essays on the Logging for Communism”. The authors of these texts are Ales Debelyak (Slovenia), Dubravk Ugresic (Croatia), Fatos Lubonya (Albania), Joachim Trenkner (Germany), Yuri Andrukhovich (Ukraine), Marius Ivashkevichyus (Lithuania), Martina Shimek (Slovakia), Pavel Smolensky (Poland), Vaclav Jacques (Czech Republic), Petr Sauter (Estonia), Svetlana Boim (Russia), and others. Using content analysis, induction and deduction we found common (regional) and differing (national, personal/author`s) features of nostalgia. We showed emphasis in the narration of the authors and concluded that they describe nostalgia on a semiotic level. To define nostalgia essayists analyze nostalgia structure associated with it, material data carriers in architecture, objects of the material world and non-material data carriers — music, movie quotes, and atmosphere. We regarded using of mentioned approach as analysis of the nostalgia “language” and its manifestations. We concluded that analysis of the regional level shows the variety of manifestations of nostalgia and reactions to it — pursuing a policy of decommunization, using nostalgia for capitalist purposes (Grūtas Park in Lithuania), exploitation nostalgia for political purposes (using ideas of Great Hungary or the Kingdom of Yugoslavia). The facts of discussing nostalgia and discussing reactions to nostalgia we characterized as a discussion for the sake of discussion. We came to this conclusion based on the statement that for the person nostalgia is one of the elements of self-identification because the answer to the question “Who am I?” happens by answering the questions “How did I become this whom I am now?”, “Who was I at past?”. We used this construct to argue that the policy of mashing memory is associated with a break in the continuity necessary for self-identification.

Key words: nostalgia, communism, essay, identity, self-identification, decommunization.

Wstęp. Kwestie związane z przeszłością zawsze były czymś, co samo w sobie służyło różnicowaniu, podziałom na myni, swoi-obcy, etc. W dzisiejszych czasach, kiedy widzimy narastającą popularność myśli narodowej w polityce, odbywa się również zaostrzenie polityki pamięci narodowej. To powoduje kolejne dyskusje na temat jak powinniśmy radzić sobie z historią grupy narodowej, przynależność do której sobie przypisujemy. W przypadku państw postsowieckich spotyka się to z trudem odpowiedzi na pytanie „co robić z przeszłością sowiecką?”. Na poziomie elit w postradzieckich państwach ta przeszłość rozpatrywana jest jako coś przeszkadzającego tym ideom kapitalistycznych państw narodowych, w których wspomniane elity, są największymi beneficjentami wszelkiego rodzaju dóbr — promuje się więc politykę zacierania

pamięci oraz wytwarzania nowej pamięci stricte narodowej. Jednocześnie komplikuje prowadzenie takiego rodzaju polityki nostalgia pokoleń, które czasy radzieckie, pamiętają oraz przekazują te wspomnienia swoim dzieciom, krytykując nowe rozwiązania aktualnego ówczesnego ładu kapitalistycznego. Widoczne to jest w państwach nie specjalnie sobie radzących z niepodległością, gdzie przejście na tory kapitalistyczne pozbawione jest nabywczej wartości cywilizacji europejskiej, uzupełniające się brakiem ciągłości historycznej w kwestiach narodowości oraz państwowości. W takich państwach i społeczeństwach przynależność do wielkiego imperium nie była spostrzegana przez ludzi jak coś obce, zaborcze, tylko jak coś wielki i wspaniałe fajne. Dla wielu ludzi postradzieckich życie w systemie kapitalistycznym wcale nie jest czymś lepszym, ze względu na

to że większość nie otrzymała tych benefitów, na których się spodziewała, a rozwiązania natury socjalistycznej jednak bardziej pasują mało ambitnej większości, niż rozwiązania kapitalistyczne cechujące się wielkimi nierównościami. Odbywa się kolejna walka o rząd dusz — czyli walka o tożsamość jednostki poprzez przeszłość narodową oraz jej ocenę. Gwiazdami i najskuteczniejszymi wojownikami tej walki są osoby publiczne, dziennikarze, intelektualisci. Ostatnia grupa wydaje się być grupą oddziaływująca na pierwsze dwie, ponieważ ma silne zaplecze w postaci wiedzy oraz intelektu, aby zaproponować narracje do sprzedaży grupom nieuprzywilejowanym, czyli całej reszcie społeczeństwa. W niniejszym opracowaniu dokonana jest próba analizy poszczególnych tekstów osób, których powszechnie się uważa się za intelektualistów, charakteryzowanie tych tekstów oraz postaw ich autorów wobec zjawiska nostalgii za komunizmem (de facto — za radziecką przeszłością) [1]. Zadaniem niniejszego artykułu jest przedstawienie czytelnikowi wspólnych i różniących się stanowisk eseistów na temat porady sobie z nostalgią za komunizmem w poszczególnych państwach oraz ujawnienie wad polityki zacieraniania pamięci i takiego sposobu widzenia. Niniejsze opracowanie nosi charakter recenzji, dlatego uzupełnia też opracowania autorów, którzy zbiorę „Nostalgia: Eseje o tęsknocie za komunizmem” recenzowali. Uzupełnienie dokonane jest z wykorzystaniem dorobku szeregu badaczy [2; 3; 4; 5].

Metody badawcze. Metodologicznie niniejsze opracowanie oparte jest na tradycyjnych dla takiego rodzaju prac metodach oraz technikach badawczych. Metoda analizy treści stosowana jest w celu badania tekstów eseistów. Indukcja oraz dedukcja wykorzystana do ujawnienia wspólnych oraz różniących się cechy nostalgii. Selekcję wykorzystano, aby naświetlić główne akcenty narracji autorów.

Wyniki oraz omówienie. Opracowanie tekstów o zagadnieniu nostalgii autorstwa eseistów Europy Środkowej oraz Wschodniej [1] daje możliwość rozważenia na temat tego co jest wspólne w esejach, o tym co łączy specyfika regionalna w życiu intelektualnym i powszechnym w poszczególnych państwach. Należy wskazać na to, że temat nostalgii za komunizmem bardzo różnie został przedstawiony przez osób z stosunkowo blisko znajdujących się wobec siebie państw takich jak Albania, Białoruś, Chorwacja, Czechy, Estonia, Litwa, Niemcy, Polska, Rosja, Rumunia, Słowacja, Ukraina, Węgry.

Analiza tego tematu wskazuje na to, iż eseisci, prawie się nie powtarzają — każdy ma swój

sposób na przedstawienie tematu, a wątki obecne u jednego z autorów często są pomijane przez innych. Ponadto nie można oprzeć się wrażeniu, że poza kluczowymi słowami takimi jak: komunizm, nostalgia, tęsknota, nic wspólnego te eseje ze sobą nie mają, bo różni się ich struktura, obszerność, rozłożenie akcentów w poszczególnych utworach, etc.

Poza wspomnianymi różnicami, jest jednak w tych tekstach wspólny mianownik — łączy je mianowicie, nie tyle wspólne doświadczenie ich autorów, związane z sowiecką przeszłością (przedstawioną w różnych postaciach), a kwestia sposobu rozliczenia się z tą przeszłością.

Postawa wobec komunizmu (faktycznie wobec modelu sowieckiego socjalizmu) części eseistów jest bardzo negatywna. Widać to na przykładzie poziomu irytacji Pawła Smoleńskiego wywołanego sytuacją, która miała miejsce we włoskim Bormio położonym w Lombardii u podnóża Alp. Wspomniany eseista zaczyna swoją opowieść historią o tym jak jeden z jego rodaków — Polak, korzystający z benefitów i luksusów wynikających z przynależności wspomnianego rodaka do europejskiego middle-class wygłasza słowa „za komuny było lepiej” [1, 114].

Paweł Smoleński reaguje na to pytaniem „*Jak to — lepiej? Co było lepiej, gdzie było lepiej, co takiego było wtedy lepszego?*” [1, 115]”, potem kontynuuje: „*A jednak — słyszałem to z całą pewnością — w przepięknej scenerii włoskich Alp, po całkiem wystawnym obiedzie z butelką chianti, elegancki pan z postkomunistycznej Polski całkiem poważnie wypowiedział absurdalne zdanie: za komuny było lepiej. Gdyby komuna trwała nadal, pewnie by tych Alp nie oglądał. Ale reszta towarzystwa ochoczo się z nim zgodziła*” [1, 115].

Innym przykładem negatywnej postawy wobec przeszłości sowieckiej i próby odnalezienia recepty na tą dojmującą nostalgię jest tekst autorstwa Juria Andruchowycza „Romans z uniwersum”. Autor ten uważa, że przyczyną nostalgii jest pamięć [1, 61], a w konsekwencji pisze o walce z własną pamięcią [1, 62]. Walka z własną pamięcią może być wyjaśniona dążeniem do nieodczuwania nostalgii, zapominania tego kim było się kiedyś. Przemyslenia o przeszłości mogą frustrować oraz wywoływać brak wyrozumiałości i niecierpliwość wobec własnej naiwności, czy wręcz głupoty. Niewątpliwie taka frustracja wciąż jest obecna u ludzi byłego imperium sowieckiego, chociaż nasuwa się pytanie czego ona tak naprawdę dotyczy, czy tego że nie mogą oni zaakceptować klęski i rozpadu ZSRR czy tego w jakiej sytuacji się znaleźli po tej klęsce i rozpadzie. Należy podkreślić, iż próby autoanalizy dokonuje prawie każdy eseista.

Pierwszy tekst zbioru — „Nostalgia i ból” autorstwa Fatosy Lubonji — to opowieść o własnym doświadczeniu nostalgii u autora. Ta nostalgia łączy się z najintensywniejszym okresem życia eseisty, kiedy przebywał on w obozie-więzieniu Qaf-Bari na północny Albanii. Z tego obozu dzisiaj mało co zostało, ale Lubonja nadal odczuwa głęboką nostalgię, jest w stanie przypomnieć sobie szczegóły przebiegu wydarzeń z owych czasów w taki sposób i tak kazuistycznie, jakby miały one miejsce w nieodległej przeszłości. Wiadomo, iż najcięższe okresy przetrwania, pozostawiają najtrwalsze ślady w pamięci, percepcja w krytycznych sytuacjach pozwala na doświadczenie „prawdziwego życia” — stąd najsmaczniejsze dania, najzimniejsze noce, najbardziej intensywne emocje: *„Lata piękne i lata trudne wspominałem z taką samą nostalgią: nostalgią pisarza. I ta nostalgia, prawdopodobnie jak pamięć, zawsze była selektywna”* [1, 12] — pisze w tej kwestii Lubonja.

Poprzez własne doświadczenie, własny sposób odbioru rzeczywistości eseisci analizują losy własnych narodów. Różni się jednak ich postawa — jedni wyjaśniają te lub inne wątki, jednocześnie usprawiedliwiają nostalgię do czasów przeszłych, inni usprawiedliwiają także krytykując, jeszcze inni włącznie poddają krytyce.

Tomas Brussig niewątpliwie należy do tej pierwszej grupy, na co wskazuje już tytuł jego eseju. W tekście T. Brussiga *„Odczuwamy nostalgię, bo jesteśmy ludźmi”*, eseista stara się wyjaśnić sytuację w Niemieckiej Republice Demokratycznej. Wskazując, że nie wszystko było złe [1, 32]. T. Brussig sam odczuwa nostalgię, a jego postawę wobec problemów Wschodnich Niemiec, związanych z kwestiami przyjęcia nowego sposobu myślenia i życia w postsowieckich Niemczech, można uznać za wyrozumiałą.

Zupełnie inna postawa Walancina Akudowicza w eseju pod tytułem *„Nie ma”*. Faktycznie, nie ma w tym opracowaniu ani wyjaśnień ani wywodów, autor w swoim króciutkim tekście deklaruje jego zdaniem fakt oczywisty. Akudowicz, który pisze o Białorusinach, uważa, że ich po prostu „nie ma” i tyle [1, 14].

Praca Joachima Trenknera *„Był kiedyś taki kraj...”* — to też opowieść o narodzie. Eseista pisze o problemach, które powstały w wyniku podziału Niemiec oraz Berlina na strefy, pisze o nostalgii i o przeszłości, którą widać w symbolach kiedyś istniejącego NRD: *„Pod szyldem Ostprodukte nabyć można więc torby z emblematem Międzynarodowych Targów w Lipsku i godłem NRD oraz kredkę do ust „Indira”, wyprodukowaną przez dawno już nieistniejący Berliński Kombinat Chemiczny. Są ceratowe obrusy na kuchenny stół, Piaskowy Dziadek,*

ulubiona postać NRD-owskich bajek, krem do rąk „Fissura”, specyfik do kąpieli stóp, występujący w handlu społecznym pod wdzięczną nazwą „Twój ból zaraz ustąpi”, i środek do pielęgnacji aut „Metalowy Błysk”, idealny do plastikowej karoserii trabanta. Wszystkie te towary, wyprodukowane w dawnej NRD — albo wedle ówczesnych wzorców — cieszą się niemalym wzięciem [1, 24]”. Popularność tych towarów, które tak naprawdę są symbolami minionej epoki, niewątpliwie wskazuje na tęsknotę za przyszłością oraz pogodzenie się z faktem, iż tych świetnych dla nostalgika czasów już nie da się przywrócić. Stąd zrozumiałe jest, iż tożsamość nostalgika jest mocno związana z tym okresem. Nostalgik pamięta kim był w przeszłości i symbole minionych lat pozwalają mu w jakiejś mierze odzyskać coś bliskiego, a utraconego. Nostalgia etymologicznie wywodzi się od greckich słów nostos — powrót, algos — ból. To jednak nie tylko powrót do utraconego stroju — to też powrót do utraconego siebie. Właśnie ten wątek prowadzi nas do kolejnego opracowania.

W przywołanym eseju Joachima Trenknera podnoszona jest też kwestia dotycząca Niemców, mianowicie problemów „Wessis” i „Ossis” i ich wzajemnego rozumienia się. Eseista pisze: *„Większość zwykłych Niemców z Zachodu dawno już porzuciła wszelkie wysiłki, mające na celu zrozumienie rodaków zza dawnej granicy. Wielu Wessis uważa Ossis za niewdzięczników. Nie tylko nie mogą zrozumieć nostalgii za NRD, lecz uważają wręcz za niemoralne, że dyktatura NRDowska jest dziś — choćby częściowo — przedstawiana przez nostalgików w jaśniejszych barwach. Kiedyś podczas rodzinnych spotkań Ossis i Wessis jakby łatwiej znajdowano wspólny język: wszystkiemu winien był Honecker, czasem także „ruscy”. A dziś Wessis słyszą, że Ossis na ławie oskarżenia najchętniej posadziliby „Zachód” albo „kapitalizm” [1, 24].*

Wskazany przez Trenknera problem dotyczący niemożności dostosowania się do nowych reguł życia, nowej rzeczywistości w ten albo inny sposób przejawia się w prawie każdym z opracowań eseistów, wyjaśnia on tęsknotę za czasami kiedy świat był prosty i zrozumiały, wyjaśnia też problemy związane z tożsamością nostalgika, któremu łatwo odnaleźć wroga w tym, kto ten jego przeszły świat unicestwił.

W eseju autorstwa Mariusa Ivaškevičiusa z Litwy *„Gdy wyłapią białe amury”* wspomniana jest jeszcze jedna kluczowa przyczyna tęsknoty. Eseista pisze o niej w taki sposób: *„Każdy czas niesie w sobie ludzi, zmuszając ich do przychodzenia na świat, kochania, bycia młodymi, i jeszcze żaden ustrój nie zdołał tego zakłócić. Ustrój sowiecki również nie jest wyjątkiem. Czasami ustroje, nawet najokrutniejsze i najbardziej*

niehumanne, sprawiają, iż ludzie, którzy w nich wyrosli, utożsamiają tęsknotę za minionym życiem z tęsknotą za samym ustrojem... Co więcej: najbardziej antysowiecko nastawiona część naszego narodu żyje w ciągłym strachu przed nostalgią za sowieckimi czasami i wręcz usiłuje zakazać innym tęsknoty do młodych lat” [1, 82]. Niewątpliwie, tęsknota za latami młodości może uzasadniać nostalgię za komunizmem. Utwór Ivaškevičiusa zawiera też wątek o tych zagubionych ludziach, którzy nie mogą się odnaleźć w nowej rzeczywistości, chociaż niektórzy z nich, zdaniem eseisty po prostu tego nie chcą.

Rozważania natomiast Petra Sautera w eseju „Czy Lenin żyje” poruszają temat młodości starszych pokoleń. Tutaj te kwestie przedstawione są z innej perspektywy, która ujawnia się w podtytule „Dobre stare czasy i zepsuta młodzież”. Autor jednak nie ulega tezie postawionej w podtytule, a raczej odwrotnie neguje ją: „To powszechne przeświadczenia. Nostalgia za przeszłością, która jest znana ludziom we wszystkich epokach i w każdym miejscu, rodzi wiarę, że stare czasy były dobre, ale nadeszły nowe i młodzież nagle stała się zepsuta. Stop! To nie tak. Takie skargi słycać w stabilnych społeczeństwach i państwach. Jeśli prasa oskarża państwo, oznacza to tyle, że w państwie jest normalnie, a gazety nie są związane z oficjalną propagandą [1, 82]”. Ciekawe jest to, iż Petr Sauter według jego własnych słów nostalgii do czasów komunistycznych nie odczuwa [1, 82].

Inna jest sytuacja z Simoną Popescu, która nie tylko typologizuje nostalgię, ale również dochodzi do interesujących wniosków. Autorka uważa, że wszelka nostalgia wiąże się z poczuciem nieodwracalnej utraty raju, jako że może istnieć tylko dzięki odruchowi retrospektywnej idealizacji. „Wszyscy jesteśmy tak zaprogramowani, by tęsknić za swoim dzieciństwem, niezależnie od tego, jakie ono było. Jeśli jednak spojrzeć na to trzeźwo i racjonalnie, nie powinniśmy postrzegać dzieciństwa jako epoki szczęścia — był to przecież czas wyrzeczeń, podporządkowania władzy rodziców, nauczycieli, itd. Mimo to dzieciństwo uważane jest na ogół za złoty wiek. Jaki jest związek między dzieciństwem a dorosłym, który przeżył komunizm? W systemach totalitarnych i paternalistycznych człowiek dorosły — i nie tylko Milan Kundera głosi ten pogląd — poddawany był infantyilizacji, żył w systemie reguł, które dawały mu poczucie pewności jutra i — co ważniejsze — zwalniały go z odpowiedzialności. Uległszy zdziecinieniu, dorośli mogli „bawić się” w społecznym kojcu pod czujnym okiem ojca, który troszczył się o nich i zapewniał im spokojną przyszłość dopóty, dopóki przestrzegali zasady „tak jest dobrze, tak nie jest dobrze”. Nostalgia odczuwana dziś

przez niektórych ludzi wiąże się z tą perwersyjną infantyilizacją, która dawała im iluzję małej wolności i — co więcej — niewinności” [1, 108].

Zupełnie nie dotyczą kwestie niewinności, postać o której pisze Martin M. Šimečka. Eseista zaczyna swój utwór opowieścią o kłęsce na poziomie jednostki. M. Šimečka pisze mianowicie o pułkowniku, który na rok przed emeryturą w publicznym przemówieniu popełnia błąd, co kosztuje go karierę — jest zmuszony do złożenia rezygnacji z powodu przejęzyczenia „służyć socjalistycznej ojczyźnie”. Niewątpliwie ten błąd mógł popełnić ktokolwiek. Wydaje się, że autor w ten sposób przedstawia nie tyle pułkownika jako ofiarę nostalgii za czasami przeszłymi, ile to jak każda jednostka zostaje zniewolona poprzez ukształtowanie jej sposobu bycia poprzez panującą ideologię. To założenie mogłyby potwierdzać dalsze rozważania Martin M. Šimečka: „Mają do swojej codziennej dawki tęsknoty za przeszłością prawo — życie w realnym socjalizmie było bowiem dokładnie tak samo sztuczne jak amerykańska komedia. A żyjący w realnym socjalizmie Słowacy bywali tak weseli i szczęśliwi jak jej bohaterowie”. Tak naprawdę jednak eseista ma na myśli co innego: „Nostalgia, jak się zdaje, nie zniknie zbyt szybko. Pułkownik Balaž stał się ofiarą niepewności społeczeństwa słowackiego, którą maskuje pozorna bezkompromisowość i zakaz wspomniania socjalizmu” — pisze Martin M. Šimečka.

Od zagadnień związanych ze Słowacją w kwestii Czech przenosi nas esej Vaclava Žaka

„Nostalgia: gry polityczne czy trzeźwość”. Eseista zastanawia się nad pytaniem czy istnieje w czeskim narodzie nostalgia na poziomie przeciętnego człowieka: „Czy występuje w Czechach nostalgia, tęsknota za poprzednim ustrojem? Oceniając sytuację na podstawie badań opinii publicznej, moglibyśmy powiedzieć, że owszem. Czy oznacza to jednak, że ludzie żyją sobie, żeby powróciła komuna? Otóż nie. Dłaczego więc rośnie liczba odpowiadających, że obecny reżim nie jest lepszy niż poprzedni?” [1, 150].

Jak i jego poprzednicy Vaclav Žak poprzez własne postrzeganie stara się charakteryzować własny naród oraz zdiagnozować problemy, które on ma: „Minęło dwadzieścia lat. Czołowi politycy nie zadali narodowi pytania, czy będziemy bronić swojego państwa sami, ryzykując „gardła i majątki”. Chcieliśmy służyć demokracji i naszym idiom, Francji i Anglii, a tu nagle okazało się, że im na naszych służbach nie zależy. Czujemy się zdradzeni. Prezydent Edvard Beneš bierze sprawy w swoje ręce. Łamie konstytucję: decyduje w kwestii, w której mu decydować nie wolno. Rozpoczyna w ten sposób dość nieszczęśliwą tradycję pogardy dla prawa. Nigdy nie

zakorzeniło się u nas poczucie, że prawo jest czymś nie do przekroczenia” [1, 152].

Podsumowując swoje rozważania Vaclav Žak dochodzi do takich wniosków o nostalgii: „*Jak to więc jest z tą nostalgią, z tęsknotą za systemem komunistycznym? Bardziej niż o nostalgię chodzi o nowe doświadczenia. W badaniach opinii publicznej aż trzy czwarte pytanym odpowiada, że nie życzy sobie powrotu do poprzedniego ustroju, ale na pytanie, czy obecny reżim jest lepszy niż poprzedni, tylko mniej więcej połowa respondentów odpowiada twierdząco. Czeska polityka nadal jest niezmiernie zideologizowana, a więc emocjonalna. Sympatia do polityków jest u części wyborców równie mało racjonalna, jak sympatia do tego czy innego klubu piłkarskiego lub tej czy innej gwiazdy rocka*” [1, 172].

Diagnozy węgierskiej tęsknoty i nostalgii za komunizmem dokonuje Béla Nývelt. W eseju „*Wspomnienia z czasów samowładztwa czyli samowładztwo pamięci*” poza zagadnieniami dotyczącymi nostalgii, eseista przedstawia różnorodność postaw Węgrów wobec wydarzeń jesieni 1956 roku. W utworze Nývelt dokonuje porównania opinii publicznej, z maja 1989 roku i lipca tego samego roku. Na pytanie „*Co Pani/Pana zdaniem miało miejsce na Węgrzech jesienią 1956 roku?*” w maju 14 % respondentów odpowiedziało — *kontrrewolucja* (w lipcu 12 %); *powstanie ludowe*, a następnie *kontrrewolucja* (w maju 32 %, w lipcu 22 %); *powstanie ludowe* (w maju 20 %, w lipcu 28 %); *rewolucja* (w maju 21 %, w lipcu 24 %); *nie potrafi ocenić* (w maju 13 %, w lipcu 14 %) [1, 178].

Nývelt wskazuje czytelnikom skąd biorą się te odpowiedzi. Wnioski do których dochodzi po analizie sytuacji i stawianiu pytania „*Przyszłość całkowicie wymazać z pamięci?*”, brzmią następująco: „*my, Węgrzy, powinniśmy się uwolnić od tego paternalistycznego dziedzictwa, które i dziś kładzie się cieniem na naszej demokracji*” [1, 202]. Nostalgie Béla Nývelt tłumaczy atawistycznymi, a nie racjonalnymi (jak na przykład sympatie polityczne) przyczynami.

Lokalna nostalgia — czyli to co charakteryzuje wszystkie eseje przejawia się w różnych sytuacjach i w różny sposób w postradzieckich krajach — są lokalne symbole i lokalne narracje, wydaje się właściwym mówić o nostalgii w różnych postaciach, jednocześnie przyczyny nostalgii nie są lokalne. Nostalgia jako zjawisko ogólnoludzkie nie ma granic narodowych. Przyczynami nostalgii Czechów i Węgrów według Vaclava Žaka i Béla Nývelt jest irracjonalizm, niedojrzałość. Natomiast te same przyczyny mogłyby towarzyszyć Anglikom, Amerykanom lub Francuzom w ich nostalgiiach, ale już nie za komunizmem, tylko za przeszłością, za potęgą Imperium Brytyjskiego, za czasami kiedy ludzie byli bardziej uczciwi w USA,

za prawdziwym francuskim Paryżem lat 50-tych, 60-tych XX wieku, etc.

Opracowanie Aleša Debeljaka różni się od powyżej przedstawionych esejów adresatem, do którego skierowany jest jego utwór „*dla Eriki, która chce zrozumieć* [1, 206]” — jak pisze na początku eseista, zanim wieloznacznie dodaje: „*Wszystkie znaki czasu dowodzą, że hasło „Różnice są bogactwem świata” staje się oficjalną dewizą fin de millennium. Bezpośrednie świadectwa dojrzenia tego owocu myśli liberalnej leżą w zasięgu ręki, wystarcza choćby pobieżny rzut oka „w głąb” współczesnej kultury. Nawet mało bystry obserwator może bez trudu zauważyć najróżniejsze postacie tej uroczej, lecz nigdy do końca niezrealizowanej formuły, opisującej egzystencjalną i polityczną koegzystencję* [1, 206]”.

Rozwijając dalej tę myśl, eseista dochodzi do rozważania nad zjawiskiem pamięci zbiorowej oraz wydarzeń z historii serbskiej oraz jugosłowiańskiej, mianowicie o rozpadzie Jugosławii i związanymi z tym emocjami. Według A. Debeljaka „*Tam, gdzie zaczyna władać zbiorowa pamięć opierająca się na selekcji szczegółów z przeszłości, wszyscy myślą to samo. Tam, gdzie wszyscy myślą to samo, nie myśli nikt. Ze wspólnoty, w której nie myśli nikt, może jedynie powstać naprawdę malownicze (na sposób egzotyczny), ale za to straszliwie bezładne, wiejskie targowisko. Nic dziwnego, że w zgiełku bałkańskiego bazaru najlepiej radzą sobie handlarze żywym towarem, śpiewacy produkujący się w sprawdzonych melodiach i domokrażcy oferujący martwe dusze. Walczą oni między sobą o zmienną przychylność tych, co, sparaliżowani spoglądaniem w przeszłość, mogą wierzyć już tylko temu, kto swą wypaczoną wizję przyszłości opisuje najgłośniej*” [1, 216]. Eseista pisze że „*Dzieciństwo „jugosłowiańskości” zostało utracone na zawsze. Dlatego też ze zdwojoną uwagą wsłuchujemy się w odtwarzaną już setki razy indywidualną opowieść, w której na skutek niemożliwych do przewidzenia zwrotów historii ujawnia się dziś metafora naszego zbiorowego losu: Nie poddawaj się, Ines, nie ulegaj czasowi, ... dotknij pod stołem mojego kolana, generacja moja, kochanko*” [1, 240].

Natomiast Dubravka Ugršić — pisarka i eseistka, literaturoznawczyni zajmująca się współczesną prozą rosyjską ma ciekawe spostrzeżenia o ludzi „ze wschodu”. W eseju „*Konfiskata pamięci*” autorstwa D. Ugršić, spotkanie z człowiekiem ze wschodu, to często spotkanie z naszą własną, zapomnianą już przeszłością [1, 246]. Dubravka Ugršić pisze, iż spotykała Rosjan, którzy wspominali serdecznie Radmilę Karaklajić i Djordja Marjanovicia albo z dumą pokazywali buty jugosłowiańskiej produkcji, kupione w moskiewskim sklepie „*Jadran*”, spotykała

też Chińczyków, którzy dowiedziawszy się, skąd jest pisarka, zachwyceni sylabizowali „Le-szi-ka-pe-tan” i Bułgarów, którzy z wyjątkową serdecznością rozpytywali się o „Vegetę” [1, 247].

Rozważania D. Ugršić doprowadzają pisarkę do wniosku, iż jeżeli człowiek czegoś nie widział przez 30 lub 50 lat, to spotkanie z czymś związanym z tym czasem doprowadza do odczuwania nostalgii, której towarzyszy amnezja wszystkiego złego, co miało miejsce wtedy [1, 253].

Ostatni utwór zbioru esejów autorstwa Svetlany Boym „Nostalgia i postkomunistyczna pamięć” to opracowanie, w którym podniesiony jest wątek ironii wobec nostalgii, tęsknoty, oraz nostalgii jako mechanizmu obronnego przed reformami ekonomicznymi, ustrojowymi, etc. „Rosjanie nie mają żadnych problemów z używaniem wizerunków Stalina i Lenina w filmach komediowych, a w ostatnich latach odnawiają nawet ich pomniki w niektórych miastach” [1, 271] — pisze autorka. Eseiarka podjęła próbę analizy treści współczesnych filmów rosyjskich, dokonując też próby stworzenia typowej sceny filmu pochodzącego z końcówki lat osiemdziesiątych, która według S. Boym wyglądałaby tak: „Pod portretem Stalina siedzi piękna prostytutka i pali marihuanę” [1, 284]. Tym wątkiem chciałbym rozpocząć podsumowanie całokształtu powyższego opracowania.

Wnioski:

1. Eseiści dążąc do definicji nostalgii, przedstawiają głównie jej skutki i źródła — symbole. Przykłady przytoczone w tekstach wskazują, że źródłami nostalgii są zarówno ludzie, jak i przedmioty materialne (przejawiające się w architekturze, dobrach konsumenckich, produktach żywieniowych, etc.) oraz niematerialne (muzyka, klimat, słowa). Można powiedzieć literacko, iż eseiści starają się pokazać „język” nostalgii — to jaki różnorodny on jest, ale też jak jednorodne reguły nim rządzą oraz jak jednorodne są zasady jego istnienia.

2. Utwory zawierają wątki zarówno bardzo istotne, jak też rozważania jako cel sam w sobie, ponieważ są rzeczy niezmiennie, niezależne od nas. Do takich należą nasze miejsce i czas urodzenia, system polityczny, w ramach którego przyszło nam dorastać, który kształtował nas jako dzieci i naszą pamięć zachowującą do dziś doświadczenia dzieciństwa. Z tego powodu wydają się być dziwne i bezsensowne rozważania o walce z własną pamięcią z powodu odczuwania nostalgii, etc. Nasuwa się konstatacja, iż takie rozważania to wyłączenie próba pogodzenia się z samym sobą, związana z problemami osobistymi w zakresie zrozumienia i zaakceptowania samego siebie z całym bagażem doświadczeń przeszłości. To samo

dotyczy wymazania pamięci, zmiany symboli, tak aby masy przestały odczuwać i pamiętać. Choć w tych staraniach można też dostrzec próbę ochrony przyszłych pokoleń przed doświadczeniem, które stało się udziałem przeszłych generacji. Wartościowymi wydają się być próby zrozumienia zjawiska nostalgii. Komunizm tu przedstawiony, w kontekście totalitarnym, związany z połączeniami sporej części ludności świata „jednolitym” systemem wartości i światopoglądowym.

3. Kontekst regionalny demonstruje jednak, iż „jednolity” system nie był wcale aż tak jednolity. Widoczne to jest też przez pryzmat tego, jak różne narody i społeczeństwa w swój własny sposób muszą poradzić sobie z nostalgią, jakie znajdują sposoby, aby w pewnym sensie pozostawić przeszłość i żyć dalej. Większość państw regionu podąża drogą zapominania i dekomunizacji tych czasów na poziomie oficjalnym. Jednocześnie są fakty wskazujące na współlistnienie z przeszłością komunistyczną. Korzystają z nich przedsiębiorcy tworząc parki typu Park Grutas w Litwie z pomnikami Leninowi, Stalinowi, Marksowi oraz litewskim komunistom albo otwierając tematyczne knajpy we wschodnie części Berlina. Korzystają z nostalgii także niektórzy politycy odwołujący się do idei Wielkich Węgier lub Królestwa Jugosławii w swoich populistycznych wypowiedziach. Na poziomie jednostki ta nostalgia jest nie tylko uzasadniona, ale i niezbędna. Przynajmniej tych pokoleń, które żyły w owych czasach.

Podziękowanie. Chciałbym serdecznie podziękować osobom, które przyczyniły się do powstania niniejszej pracy oraz jej publikacji — Dr. Irenie Bilińskiej oraz Pani Dr. Ninie Vernyhorze

Список використаних джерел

1. Ностальгія: есе про журбу за комунізмом / [Фатос Любонья, Йоахім Тренкнер, Томас Бруссіг та ін.]. Воловець: Czarne, 2002.
2. Erikson E.H., Erikson J.M. The Life Cycle Completed. New York: Norton & Company, 1998.
3. Габермас Ю. Структурні перетворення публічної сфери. Варшава: Наукове видавництво PWN, 2008.
4. Чикишева А.С. Феномен ностальгії в пострадянській масовій культурі. URL: <http://ec-dejavu.ru/n/Nostalgia.html> (дата доступу: 05.02.2018).
5. Петрова М.А. Ностальгія як соціальний феномен сучасного російського суспільства. URL: https://www.civisbook.ru/files/File/Petrova_nost.pdf (дата доступу: 05.02.2018).

References

1. Lubonya, F., Trenkner, J., & Brussig, T. (2002). „Nostalgia: Eseye o tęsknocie za komunizmem” [Nostalgia — Essays on the Logging for Communism]. Czarne, Wołowiec [in Polish].

2. Erikson, E. H., & Erikson, J. M. (1998). *The Life Cycle Completed*. Norton & Company, New York [in English].
3. Habermas, J. (2008). *Strukturni peretvorennia publichnoi sfery* [The Structural Transformation of the Public Sphere]. Scientific Publishing House PWN, Warsaw [in Ukrainian].
4. Chikisheva, A. S. *Fenomen nostalgii v postradianskii masovii kulturi* [The Phenomenon of Nostalgia in the Post-Soviet Mass Culture]. [in Ukrainian].
<http://ec-dejavu.ru/n/Nostalgia.html>

5. Petrova, M. A. *Nostalgia yak sotsialnyi fenomen suchasnoho rosiiskoho suspilstva* [Nostalgia as a Social Phenomenon of Modern Russian Society].
https://www.civisbook.ru/files/File/Petrova_nost.pdf

Подано до редакції: 06.12.2020 р.

Прийнято до друку: 28.12.2020 р.

Кубг.edu.ua

РЕЦЕНЗІЇ, ВІДГУКИ, ПОКАЖЧИКИ ЗМІСТІВ

Воскобойнікова-Гузєва О.В.,

завідувач кафедри бібліотекознавства та інформології
Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка,
доктор наук із соціальних комунікацій,
старший науковий співробітник
Ел. пошта: o.voskoboinikova-huzieva@kubg.edu.ua

Olena Voskoboinikova-Huzieva,

Head of the Department
of Library Studies and Informology,
Institute of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University,
Doctor of Sciences (Social Communications),
Senior Researcher
Email: o.voskoboinikova-huzieva@kubg.edu.ua
ORCID iD 0000-0002-2099-0000

<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2020.2-10.8>

РЕЦЕНЗІЯ НА БІОБІБЛІОГРАФІЧНИЙ ПОКАЖЧИК «КОЛОМІЄЦЬ ТАМАРА ОПАНАСІВНА»

REVIEW OF THE BIOBIBLIOGRAPHIC INDEX “KOLOMIETS TAMARA OPANASIVNA”

У злагоді із самою собою і світом...

(Коломієць Тамара Опанасівна : біобібліогр. покажч. / Нац. б-ка України для дітей ; наук. ред. А.І. Гордієнко ; уклад. Н.В. Загайна ; книгозн. ст. Н.П. Марченко. — К., 2020. — 152 с. — (Дитячі письменники України ; вип. 8))

Серія біобібліографічних покажчиків «Дитячі письменники України», яку видає Національна бібліотека України для дітей, у 2020 р. поповнилася ще одним, уже восьмим випуском, який було ретельно і професійно підготовлено. Постає, якій присвячено цей біобібліографічний посібник, — особлива, відома багатьом з дитинства. Це Тамара Опанасівна Коломієць — поетеса, творчий доробок якої є окрасою золотої колекції української поезії для дітей. Тамара Опанасівна — член Спілки письменників України, лауреат багатьох письменницьких премій, зокрема премії Кабінету Міністрів України імені Лесі Українки за літературно-мистецькі твори для дітей та юнацтва (2009 р.), володарка відзнаки «Золотий письменник України» міжнародного літературного конкурсу «Коронація слова» (2017 р.). Уже понад 60 років сповнені теплом і сонцем, мелодійні та емоційні вірші Тамари Коломієць супроводжують кілька поколінь маленьких українців буквально з перших років їхнього життя.

Важко навіть уявити, що творчість поета для дітей, яка зазвичай вимірюється кількістю видань та перевидань з чіткими показниками їх виходу у світ, використанням поезій у методичній роботі та навчальному процесі, може нараховувати понад тисячу публікацій. Але ж саме таку величезну кількість позицій (1018!) включила до біобібліографічного покажчика Н. Загайна. Покажчик побудований із дотриманням усіх вимог до такого типу видань і розпочинається вступним словом від укладачки. Знайомство із статтю Тамари Опанасівни читач продовжує у ґрунтовній літературно-книгознавчій статті відомої української дослідниці дитячої книги Н. Марченко. Ще глибше зрозуміти світ письменниці, перебіг найголовніших подій її буття дає змогу автобіографія Тамари Коломієць з основними датами її життя та творчої діяльності.

Безпосередньо бібліографічна частина покажчика складається з одинадцяти розділів і охоплює видання творів поетеси (1956–2012),

її публікації у збірниках, навчальних виданнях і періодичній пресі, книжки з аудіо- та відео-додатками, переклади та перекази з інших мов, а також іншомовні видання творів, публікації авторки про творчість, літературу і виховання, літературу про життя і творчість самої Тамари Опанасівни, методичні, бібліографічні матеріали, сценарії за творами Тамари Коломієць. На жаль, поки що до змісту покажчика долучено винятково друковані матеріали, методикку добирання та перегляду яких описано у вступній частині видання. Але ж на сьогодні ми маємо можливість ознайомитися і з електронними ресурсами, заснованими на поезії Тамари Опанасівни, зокрема циклом відеороликів, де вірші читають діти (2017, 2020 рр.), а також з ілюстрованими аудіозаписами поезій «Візьму вербову гілочку», «Про сніговика», «Я ходив сьогодні в ліс» тощо, розміщеними 2018 р. у відкритому доступі на каналі "YouTube". Долучення таких матеріалів, на нашу думку, ще більше осучаснило б покажчик та розширило б хронологію охоплення творчості поетеси.

Видання доповнюють допоміжні покажчики, які є класичними для такого типу видань: іменний покажчик; іменний покажчик художників-ілюстраторів; список віршів Тамари Коломієць, покладених на музику; перелік періодичних видань, в яких надруковано твори поетеси.

Теплоти і виразності виданню додає його заключна частина. У ній представлено світлини Тамари Опанасівни, де зафіксовано зустрічі із читачами-слухачами її поезії, вітання від колег із нагоди отримання відзнак та ювілею, автограф-сесії разом із донькою Мар'яною Ангеловою.

Усі біобібліографічні нариси серії «Дитячі письменники України» доступні на сайті Національної бібліотеки України для дітей. Ознайомитися із рецензованим покажчиком можна за посиланням: <http://www.chl.kiev.ua/mbm/Book/View/552#page/24/mode/2up>. Завдяки цьому всі читачі, незалежно від віку і професійної належності, можуть зануритися у світ чудової, мелодійної і сповненої світлих почуттів поезії Тамари Опанасівни Коломієць.

Користуючись нагодою, пов'язаною з виходом у світ цього біобібліографічного покажчика, хочу привітати шановну Тамару Опанасівну та її прекрасну родину з цього річним ювілеєм поетеси. І разом із Н. Марченко запевнити всіх, що «творчість Тамари Коломієць, її оптимізм і щиросердна віра в невідворотність перемоги Добра в цьому драматичному й прекрасному світі» потрібні не лише дітям, для яких написані ці вірші, а й навіть нам, дорослим.

Подано до редакції: 28.11.2020 р.

Прийнято до друку: 28.12.2020 р.

Матвійчук О.Є.,
науковий співробітник
відділу науково-освітніх інформаційних ресурсів
Державної науково-педагогічної бібліотеки України
ім. В.О. Сухомлинського,
кандидат педагогічних наук
Ел. пошта: osvita-teka@ukr.net

Oksana Matviichuk,
Researcher of the Department of Scientific and
Documentary Support,
V. O. Sukhomlynskyi State Scientific
and Pedagogical Library of Ukraine,
PhD (Pedagogical Sciences)
E-mail: osvita-teka@ukr.net
ORCID iD 0000-0002-8555-3645

<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2020.2-10.9>

УДК 026:37:316.77](083.132)(049.32)

СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ОСВІТЯНСЬКИХ БІБЛІОТЕК

SOCIO-CULTURAL POTENTIAL OF EDUCATIONAL LIBRARIES

(Освітнянська бібліотека в сучасній системі соціокультурних комунікацій : метод. рек. / НАПН України, ДНПБ України ім. В.О. Сухомлинського ; [авт.-упоряд.: С.М. Глазунова, Я.М. Ніколаєнко, Я.Є. Сошинська ; наук. ред.: Т.В. Добко, Л.О. Пономаренко]. — К., 2019. — 74 с. — (Серія «На допомогу професійній самоосвіті працівників освітянських бібліотек» ; вип. 22). — Режим доступу : https://dnpb.gov.ua/wp-content/uploads/2019/07/Educational_Library_in_the_Socio-Cultural_Communications_2019.pdf).

У сучасних умовах практично неможливо усвідомлювати, планувати та організовувати освітній процес без певного знання соціокультурної сфери, без урахування перспективних цінностей суспільства в нових умовах людської діяльності. Саме бібліотеки України є базовими елементами культурної, наукової, освітньої, інформаційної інфраструктури країни. Вони відіграють важливу роль у науково-інформаційному забезпеченні інноваційного розвитку суспільства. Тому щойно видані методичні рекомендації «Освітнянська бібліотека в сучасній системі соціокультурних комунікацій», в яких розкрито зміст, функції, актуальні напрями, форми і методи соціокультурної діяльності бібліотек, викликають незаперечний інтерес не лише у бібліотечних фахівців, але й в усіх учасників освітнього процесу.

Мережа освітянських бібліотек України є найчисленнішою й об'єднує 18 066 бібліотек Міністерства освіти і науки України та Національної академії педагогічних наук України, серед них — близько 15 000 бібліотек закладів загальної середньої освіти. Головним координаційним науково-методичним центром мережі освітянських бібліотек Міністерства освіти і науки України та Національної академії педагогічних наук України є Державна науково-педагогічна бібліотека України імені В.О. Сухомлинського

Національної академії педагогічних наук України (ДНПБ України ім. В.О. Сухомлинського НАПН України). Ця установа приділяє значну увагу науково-методичній підтримці та інформаційному забезпеченню діяльності освітянських бібліотек.

В останні роки посилюється увага бібліотекарів-практиків до соціокультурних комунікацій, відбувається активне освоєння соціокультурних, ігрових, творчих, розвивальних технологій бібліотечної діяльності, тому методичні рекомендації, які рецензуються, є дуже актуальними.

Видання підготували наукові співробітники бібліотеки: С. Глазунова, Я. Ніколаєнко, кандидат історичних наук, доцент Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», науковий співробітник бібліотеки Я. Сошинська. Важливо зазначити, що науково-методичний супровід підготовки рекомендацій забезпечили знані фахівці бібліотечно-бібліографічної справи, зокрема доктор наук із соціальних комунікацій, старший науковий співробітник, завідувач відділу науково-бібліографічної інформації Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського Т. Добко, кандидат наук із соціальних комунікацій, завідувач відділу науково-документного забезпечення,

соціокультурної діяльності та міжнародних зв'язків ДНПБ України ім. В.О. Сухомлинського Л. Пономаренко. Рецензентами виступили кандидат історичних наук, старший науковий співробітник, завідувач відділу наукової реферативної та аналітичної інформації у сфері освіти ДНПБ України ім. В.О. Сухомлинського А. Селецький та кандидат історичних наук, старший науковий співробітник відділу теорії та методології бібліотечної справи Інституту бібліотекознавства Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського О. Яковенко.

У методичних рекомендаціях читач має змогу ознайомитися з результатами дослідження терміносистеми «соціокультурна комунікація», матеріалами про ресурсне забезпечення соціокультурної діяльності освітянських бібліотек, дізнатися про приклади соціального партнерства між бібліотекою та громадою. У закладі освіти бібліотека здійснює соціокультурну діяльність у кількох напрямках і виконує головні традиційні функції, зокрема інформаційну, освітню, культурну, а також соціальні — комунікативну, компенсаторну, меморіальну, соціалізаційну, дозвіллеву (рекреаційну). Тому наведені у рекомендаціях приклади соціокультурних програм, проектів і заходів освітнього та культурного спрямування будуть доволі корисними.

Упорядники акцентують увагу на такому важливому напрямі соціокультурної діяльності освітянських бібліотек, як національно-патріотичне, громадянське виховання, що передбачає комплексну діяльність: організацію та проведення освітньо-виховних, інформаційно-просвітницьких, культурологічних, міжнародних, науково-методичних заходів із національно-патріотичного виховання, підвищення рівня професійної компетентності у сфері виховання дітей та молоді; залучення до процесів національно-патріотичного виховання діячів сучасної культури, мистецтва, науки, спорту, волонтерів та ін. Завдяки додатку «Сценарії виховних заходів, уроків, тренінгів», який містить перелік рекомендованої літератури із 144 позицій, читач має змогу більше дізнатися про практичний досвід проведення соціокультурних заходів у бібліотеках. Серед традиційних та найпоширеніших форм такої

роботи особливу увагу приділено організації книжкових виставок. У процесі ознайомлення з виданням можна зробити висновок, що бібліотека дедалі частіше виходить за межі популяризації винятково книжкових форм діяльності, встановлюючи тісні культурні зв'язки з іншими сферами (літературою, мистецтвом, інформаційно-комунікаційними технологіями), орієнтується на інтегровані форми роботи, використовує варіативні моделі бібліотечного обслуговування для задоволення дозвіллевих потреб користувачів.

Набагато менше уваги укладачі методичних рекомендацій приділили іншим напрямам соціокультурної діяльності: збезпеченню культури читання (популяризації й просуванню читання); формуванню естетичних поглядів молоді через літературу і мистецтво; краєзнавчій просвіті. Недостатньо у виданні висвітлено також питання діяльності освітянських бібліотек як майданчиків неформальної та віддаленої освіти для різних категорій користувачів (вчителів, батьків, членів громади).

Незважаючи на зазначені зауваження, методичні рекомендації, які містять вказівки, роз'яснення та мають на меті надати методичну допомогу бібліотекарям у системі соціокультурних комунікацій, підготовлено на високому науковому рівні. Вони є важливими рекомендаційними матеріалами для освітянських бібліотек, оскільки формулюють нові цілі, напрями і сприяють високій ефективності бібліотечної діяльності, спонукають до творчого пошуку і розширення переліку доступних ідей та інструментів соціокультурної роботи. Безперечно, праця фахівців відділу науково-документного забезпечення, соціокультурної діяльності та міжнародних зв'язків ДНПБ України ім. В.О. Сухомлинського на чолі з директором, доктором педагогічних наук, професором, членом-кореспондентом НАПН України Л. Березівською заслуговує високої оцінки та широко використовуватиметься у бібліотеках різних типів незалежно від відомчого підпорядкування.

Подано до редакції: 26.11.2020 р.

Прийнято до друку: 28.12.2020 р.

Вернигора Н.М.,
доцент кафедри видавничої справи
Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка,
кандидат наук із соціальних комунікацій
Ел. пошта: n.vernyhora@kubg.edu.ua

Nina Vernyhora,
Associate Professor of the Department
of Publishing Studies,
Institute of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University,
PhD (Social Communications)
Email: n.vernyhora@kubg.edu.ua
ORCID iD 0000-0002-9877-0980

<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2020.2-10.10>

УДК 655.01(Інтегровані комунікації)

ІНТЕГРОВАНІ КОМУНІКАЦІЇ = INTEGRATED COMMUNICATIONS, ВИП. 1–10, 2016–2020 pp. БІБЛІОГРАФІЧНИЙ ОГЛЯД. ПОКАЖЧИК ЗМІСТУ

INTEGRATED COMMUNICATIONS = ІНТЕГРОВАНІ КОМУНІКАЦІЇ, VOL. 1–10, 2016–2020. BIBLIOGRAPHIC REVIEW. CONTENTS INDEX

Редколегія наукового журналу. Голова редколегії — О.В. Григоревська, д-р наук із соц. комунік., ст. наук. співробіт., зав. к-ри бібліотекознавства та інформології Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); головний редактор — Г.В. Горбенко, канд. пед. наук, доц., директор Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); заступники головного редактора: Н.М. Вернигора, канд. наук із соц. комунік., доц. к-ри видавничої справи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); І.В. Погребняк, канд. філол. наук, доц., зав. к-ри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); відповідальний секретар друкованого видання — Д.В. Харамурза, викладач Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); відповідальний секретар електронного видання — С.О. Гуменюк, лаборант Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); редакційна колегія: Христо Кафтанджиев, д-р філол. наук, проф. Софійського ун-ту (Софія, Болгарія), почесний проф. російсько-американської Академії авторизованої освіти, почесний член Гільдії російських маркетологів; Сігіта Струберга, д-р соц. наук, проф. факультету соціальних наук Університету Латвії (Рига, Латвія); Сільвія Еспіноза-Мірабет, д-р наук

з аудіовізуальної комунікації та реклами, проф. департаменту філології та комунікації Університету Жирони (Жирона, Іспанія); С.В. Безчотнікова, д-р філол. наук, проф., декан ф-ту філології та масових комунікацій Маріупольського держ. ун-ту (Маріуполь, Україна); В.В. Георгієвська, канд. наук із соц. комунік., доц. к-ри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); О.Я. Гоян, д-р філол. наук, проф., зав. к-ри радіо та телебачення Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка (Київ, Україна); М.І. Женченко, д-р наук із соц. комунік., доц. к-ри видавничої справи та редагування Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка (Київ, Україна); В.Л. Іващенко, д-р філол. наук, проф., заст. директора Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка з наук. роботи (Київ, Україна); Т.С. Крайнікова, д-р наук із соц. комунік., проф. к-ри видавничої справи та редагування Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка (Київ, Україна); Н.Е. Кунанець, д-р наук із соц. комунік., проф. к-ри інформаційних систем і мереж Інституту комп'ютерних наук та інформаційних технологій Національного університету «Львівська політехніка» (Львів, Україна); О.А. Мітчук, д-р наук із соц. комунік., проф., декан факультету журналістики Міжнародного економіко-гуманітарного ун-ту імені академіка Степана Дем'янчука (Рівне, Україна); Л.М. Новахатко, д-р іст. наук, проф., зав. к-ри реклами

та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); О.В. Тріщук, д-р наук із соц. комунік., проф., зав. к-ри видавничої справи та редагування Видавничо-поліграфічного інституту НТУУ «Київський політехнічний інститут ім. І. Сікорського» (Київ, Україна); І.А. Хоменко, д-р наук із соц. комунік., доц. радіо та телебачення Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка (Київ, Україна); В.І. Шпак, д-р іст. наук, проф. к-ри видавничої справи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); О.М. Бикова, канд. наук із соц. комунік., доц. к-ри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); С.М. Вернигора, канд. наук із соц. комунік., доц. к-ри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); А.К. Досенко, канд. наук із соц. комунік., викл. к-ри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); О.В. Курбан, канд. наук із соц. комунік., доц. к-ри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); Л.Г. Масімова, канд. наук із соц. комунік., доц., зав. к-ри видавничої справи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); М.М. Нетреба, канд. наук із соц. комунік., доц. к-ри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); Н.С. Романюк, канд. наук із соц. комунік., доц. к-ри видавничої справи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна); В.Є. Сошинська, канд. наук із соц. комунік., секретар вченої ради Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (Київ, Україна).

Рубрики видання. Архівознавство та документознавство: 2016: 2, 102–105; 2018: 6, 50–53. Видавнича справа та редагування: 2016: 1, 55–70; 2, 46–69; 2017: 3, 32–47; 4, 20–44; 2018: 5, 14–27; 6, 19–32; 2019: 7, 38–53; 8, 82–95; 2020: 9, 22–27; 10. Відомості про авторів наукових публікацій: 2016: 1, 96–98. Інформаційна, бібліотечна та архівна справа: 2020: 9, 43–72; 10. Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія: 2016: 1, 71–83; 2, 97–101; 2017: 4, 56–64; 2018: 5, 33–38; 6, 33–49; 2019: 7, 69–83; 8, 96–109. Реклама і зв'язки з громадськістю: 2016: 1, 6–54; 2, 8–45; 2017: 3, 8–31; 4, 8–19; 2018: 6, 6–18; 2019:

7, 26–37; 2020: 9, 6–21; 10. Рецензії, відгуки, покажчики змістів: 2016: 1, 84–88; 2, 106–110; 2017: 3, 61–65; 4, 65–69; 2018: 5, 39–47; 6, 59–63; 2019: 7, 84–96; 2020: 9, 79–88; 10. Теоретичні питання: 2018: 5, 6–13; 2019: 7, 8–25; 2020: 10. Теорія і практика журналістики: 2016: 2, 70–96; 2017: 3, 48–58; 4, 45–55; 2018: 5, 28–32; 2019: 7, 54–68; 8, 6–81; 2020: 9, 28–42; 10. Термінологічна консультація: 2017: 3, 59–60; 2018: 6, 54–58; 9, 73–78. Наукові розвідки студентів: 2016: 1, 89–92; 2, 111–113; 2017: 3, 66–91; 4, 70–79; 2018: 5, 48–59; 6, 64–73; 2019: 7, 97–106; 8, 110–128; 2020: 9, 89–109; 10. Науково-практична діяльність кафедри: 2016: 1, 93–95. Науково-практична діяльність Інституту журналістики: 2016: 2, 114–120; 2017: 3, 92–100; 4, 80–86; 2018: 5, 60–70; 6, 74–78; 2019: 7, 107–110; 2020: 9, 103–108; 10.

Зміст наукового журналу: Александрович М.В. Практичні засади редагування перекладів, 2019, 1 (7), 38–41; Афанасьєв І.Ю. Використання української «Вікіпедії» у зв'язках з громадськістю, 2016, 1, 11–17; Афанасьєв І.Ю., Ільїнова О.О. Наукова література 2010-х рр. про теорію і практику реклами та зв'язків з громадськістю, 2020, 2 (10); Бикова О.М. Специфіка створення образу Білорусі в літературних репортажах на мандрівну тематику 1920–30-х рр., 2019, 2 (8), 6–13; Білас Х.О. Проблеми суспільної безпеки в процесі розвитку соціальних мереж: монографія. Покажчик змісту, 2017, 3, 61–62; Бондар Ю.В. Рецензія на навчальний посібник Шпака Віктора Івановича «Термінологічний словник видавничого бізнесу: книга редактора», 2020, 1 (9), 81–82; Боярин А.А. Медіа-середовище сучасної бібліотеки, 2018, 2 (6), 33–40; Васків М.С. «Преса УСРР до XV роковин жовтня» Михайла Агуфа як дзеркало видавничої галузі в Україні у 1920-х рр., 2019, 2 (8), 89–95; Вернигора Н.М. Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців. Монографія. Покажчик змісту, 2019, 1 (7), 87–88; Вернигора Н.М. Жанри наукової періодики (Методичні рекомендації щодо формування структури і рубрикації текстів), 2016, 2, 46–52; Вернигора Н.М. Женченко Марина. Цифрові трансформації видавничої галузі: монографія. Покажчик змісту, 2018, 2 (6), 61–63; Вернигора Н.М. Збірник літературно-художніх творів для сучасних підлітків: проблеми видавничої підготовки, 2016, 1, 55–59; Вернигора Н.М. Інтегровані комунікації = Integrated communications, вип. 1–10, 2016–2020 рр. Бібліографічний огляд. Покажчик змісту, 2020, 2 (10); Вернигора Н.М., Куліш Я.О. Фестивальна діяльність Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка, 2018, 2 (6),

- 74–78; Вернигора Н.М. Рецензія на каталог «Книжкові знаки на книгах із колекції рідкісних видань Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського» (автори: Л.М. Дениско, Ю.К. Рудакова), 2018, 1 (5), 43–45; Вернигора Н.М. Рецензія на конспект лекцій Н.В. Іовхімчук «Дитяча література», 2017, 4, 65–66; Вернигора С.М. Викладання фахових дисциплін англійською мовою в українському ВНЗ: освітній експеримент чи вимога сьогодення (на прикладі дисциплін кафедри реклами і зв'язків з громадськістю Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка), 2016, 1, 18–22; Вернигора С.М. Дениско Л.М., Рудакова Ю.К. Книжкові знаки на книгах із колекції рідкісних видань Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського: каталог. Показчик змісту, 2018, 1 (5), 46–47; Вернигора С.М. Шпак В.І. Поліграфія: книга редактора: навчальний посібник. Показчик змісту, 2017, 4, 67–69; Водолазька С.А. Рецензія на монографію «Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців», 2019, 1 (7), 84–86; Воскобойнікова-Гузева О.В. Інформаційна політика: виклики для національних бібліотек та асоціацій в умовах пандемії COVID-19, 2020, 1 (9), 53–58; Воскобойнікова-Гузева О.В. Науково-дослідні центри України з проблем бібліотекознавства, 2019, 1 (7), 69–76; Воскобойнікова-Гузева О.В. Рецензія на бібліографічний показчик «Коломієць Тамара Опанасівна», К., 2020, серія «Дитячі письменники України», 2020, 2 (10); Воскобойнікова-Гузева О.В. Рецензія на монографію Збанацької О.М. «Розвиток інформаційно-пошукових мов у пошукових системах бібліотек і архівів», 2018, 1 (5), 39–40; Воскобойнікова-Гузева О.А. Рецензія на монографію: Чуканова С.О. «Бібліотекознавство та інформологія у системі вищої освіти США», 2019, 1 (7), 69–76; Гандзюк В.О. Програмна продукція радіостанції «Львівська хвиля»: жанрово-тематична характеристика, 2019, 1 (7), 54–57; Гандзюк В.О., Дяченко М.В. Стратегія маніпулювання масовою свідомістю в українських мас-медіа (на прикладі ранкового шоу «Сніданок з 1+1»), 2019, 2 (8), 25–32; Герасименко О.С. Взаємодія держави і ЗМІ в питаннях регулювання інформаційного поля, 2016, 2, 70–72; Герасимюк Л.С. Тенденції впровадження новітніх технологій керування документаційними процесами в умовах інформатизації суспільства, 2016, 2, 102–105; Гондюл О.Д. Компанії з найкращою репутацією у світі: соціальна відповідальність як ключовий аспект у комунікації зі стейкхолдерами, 2020, 1 (9), 13–21; Гондюл О.Д. Соціальна відповідальність медіа як ефективний результат «журналістики рішень», 2019, 2 (8), 14–24; Горбенко Г.В., Іващенко В.Л. Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах: реалізація актуальної проблематики (2019–2020), 2020, 2 (10); Горбенко Г.В., Іващенко В.Л. Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах: у пошуках дослідницького об'єкта, 2020, 1 (9), 103–106; Горбенко Г.В. Іміджеві заходи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка, 2018, 1 (5), 60–68; Горбенко Г.В. Практико-орієнтоване навчання під час підготовки бакалаврів Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка, 2017, 4, 80–86; Горбенко Г.В. Принципи та пріоритети розвитку Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка, 2016, 2, 114–120; Горбенко Г.В. Результати роботи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка за 2016–2017 навчальний рік, 2017, 3, 92–100; Горбенко Г.В. Розвиток професійних компетентностей бакалаврів реклами і зв'язків з громадськістю, 2016, 1, 6–10; Горбенко Н.В. Роль рекламної діяльності в підвищенні конкурентоспроможності вищих навчальних закладів України, 2016, 1, 49–54; Гузенко Т.А. Комунікативна стратегія м. Києва: зумовлена потреба та основні засади формування, 2017, 4, 8–14; Гузенко Т.А. Основні засади формування комунікативної стратегії м. Києва: теоретичні та практичні аспекти, 2016, 2, 14–20; Гузенко Т.А. Роль суспільних комунікацій у демократичному самоврядуванні: досвід столичного міста Варшави Республіки Польщі, 2017, 3, 8–15; Гусак О.П. Івент-аналіз як складник підготовки сучасних PR-фахівців, 2016, 2, 21–25; Гусак О.П. Комунікаційна безпека як напрям підготовки фахівців: сутність, зміст компетентностей, перспективи розвитку, 2016, 1, 23–27; Данилюк Ю.М. Жанри наукового стилю: структура, лексика, синтаксис, 2017, 3, 66–69; Дмитренко Т.Р. Бібліотекознавство та інформологія у системі вищої освіти США: монографія. Показчик змісту, 2019, 1 (7), 93–94; Дмитренко Т.Р. Розвиток інформаційно-пошукових мов у пошукових системах бібліотек і архівів: монографія. Показчик змісту, 2018, 1 (5), 41–42; Досенко А.К. Вплив соціальних мереж на формування вподобань користувачів, 2019, 1 (7), 58–62; Досенко А.К. Дослідження соціально-комунікаційних механізмів формування іміджу компанією «IKEA» в Україні, 2019, 2 (8), 61–66; Доронцева Є.Д. Видавничі послуги в структурі медіа-консалтингу: тенденції і перспективи, 2018, 2 (6), 64–69; Доронцева Є.Д. Класифікаційна характеристика медіа-консалтингу як

сегменту українського ринку інтелектуальних послуг, 2018, 1 (5), 48–56; Єжижанська Т.С. Особливості й умови діяльності книжкових видавництв України у сучасному медіапросторі, 2017, 4, 20–26; Єжижанська Т.С. Підготовка PR-менеджерів для українських книжкових видавництв за спеціалізацією «Реклама та PR у видавничій справі» на кафедрі видавничої справи Університету Грінченка, 2018, 1 (5), 14–22; Єжижанська Т.С. Ціннісний підхід до комунікацій з цільовою аудиторією за допомогою спіральної динаміки, 2016, 1, 28–35; Єжижанська Т.С. PR-комунікації видавництва як об'єкт наукової рецепції, 2017, 3, 35–43; Женченко І.В. Навчальний посібник «Комп'ютерна графіка: Adobe Photoshop СС». Анотація, 2017, 3, 63–64; Журавська О.В. Концепція удосконалення ЕНК із радіожурналістики для забезпечення якості навчання, 2020, 1 (9), 35–42; Захарчук О.В. Бібліографічний огляд книжкових видань кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка, 2016, 1, 84–88; Збанацька О.М. Рецензія на монографію Добровольської В.В. «Державна політика в галузі культури України: стан та розвиток системи управління документацією», 2020, 1 (9), 83–85; Здановська В.П. Бібліотекарі на карантині: новий виклик і унікальний досвід, 2020, 1 (9), 67–72; Землякова Т. Види культурних воєн: формалізація, медіареальність, реакція аудиторії, 2017, 3, 53–58; Зотова В.А., Матвійчук О.Є. Соціальна динаміка діяльності бібліотеки Київського університету імені Бориса Грінченка, 2016, 1, 78–83; Іващенко В.Л. Вища школа чи заклад вищої освіти? 2020, 1 (9), 73–78; Іващенко В.Л. Поняття «етика термінології» у кореляції суміжних понять, 2018, 2 (6), 54–58; Іващенко В.Л. Термін «плебсологія» в українській мові, 2017, 3, 59–60; Ісаєнко О.О. Наповнення Краєзнавчого електронного мультиресурсу «Київ: відомий та невідомий» на платформі Wiki, 2019, 1 (7), 77–83; Камінська О.В. Психологічний аналіз детермінант інтернет-залежності, 2017, 4, 15–19; Карпета С.Я. Комунікаційні інструменти розбудови бренду видавництва «Основи», 2018, 1 (5), 57–59; Кияниця Є.О. Основні моделі зв'язків з громадськістю в соціально-культурній сфері, 2016, 1, 36–42; Коваль В.В. Ключовий сегмент цільової аудиторії в теорії та практиці брендингу міста, 2017, 3, 70–76; Кононенко Л.М. До проблем культурної комунікації України в контексті світового розвитку, 2020, 1 (9), 6–12; Кононенко М.В. Книжка-іграшка як перспективний видавничий продукт на сучасному книжковому ринку, 2017, 4, 70–74; Кравченко С.І.

Рецензія на монографію Женченко М.І. «Цифрові трансформації видавничої галузі», 2018, 2 (6), 59–60; Крохмальний Р.О. Паростки весняної студентської наукової комунікації, 2020, 1 (9), 107–108; Крячок К.Л. Інноваційні проекти інклюзивного книговидання (на прикладі інтерактивної книжки із завданнями для розвитку та корекції мовленнєвого апарату у дітей з вадами слуху, зору та психофізичними відхиленнями), 2020, 2 (10); Куліш Я.О. Неформальна освіта студентів журналістських спеціальностей (на прикладі фестивальної діяльності Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка), 2019, 1 (7), 97–106; Курбан О.В. Інноваційні системи управління рекламними та PR-процесами в мережі Інтернет, 2019, 1 (7), 33–37; Курбан О.В. Специфіка створення алгоритмічної системи управління інформаційними процесами у соціальних онлайн-мережах, 2017, 3, 16–20; Курбан О.В. Структурна модель інформаційних онлайн-мережових процесів, 2016, 2, 26–30; Курбан О.В. Сучасні маркетингові комунікації та алгоритмізація бізнес-процесів, 2016, 1, 43–48; Курбан С.О. Курбан О.В. Сучасні інформаційні війни у мережевому он-лайн просторі: навчальний посібник. Показчик змісту, 2016, 2, 109–110; Курбан С.О. Нейромаркетинг: історія, напрями та перспективи розвитку, 2017, 3, 21–27; Курбан С.О. Репрезентація основних типів гендерних стереотипів у рекламі, 2016, 2, 31–36; Куцай Т.І. Вплив гасел на поведінку людини як засіб маніпулювання свідомістю, 2017, 3, 28–31; Куцай Т.І. Сторітелінг як важлива інформаційна технологія та ДНК інформації, 2019, 2 (8), 42–46; Лепка Я.І. Кросмедійність аудиторії інформаційної агенції «112.ua», 2017, 4, 51–55; Литвинова А.В. Медіатека у світових та українських реаліях, 2018, 1 (5), 33–38; Лісневська А.Л. Аудіовізуальний контент: до питання ризиків впливу сучасних медіа, 2019, 2 (8), 47–54; Лісневська А.Л. Екранне видовище як інструмент пропаганди (на прикладі кінострічки Івана Кавалерідзе «Коліївщина», 1933), 2019, 1 (7), 63–68; Макарова М.В. Видавничі осередки на західно-українських землях XVI–XVII ст., їх роль у збереженні української духовної культури, 2016, 1, 71–77; Макарова М.В. Рецензія на каталог «Старовинна гравюра у фондах Одеської національної наукової бібліотеки», 2019, 1 (7), 95–96; Макарова М.В. Тенденції розвитку професійної освіти архівістів спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» в контексті європейського досвіду, 2018, 2 (6), 50–53; Маркова М.В., Марков А.Р. Інформаційно-психологічна війна проти населення України як сучасна

- реальність: стан проблеми і шляхи подолання наслідків, 2016, 2, 73–85; Марченко Н.П. Рецензія на видання Костянтина Родика «Сізіф ХХ: книжка vs. політика», 2020, 1 (9), 86–88; Масімова Л.Г. Залучення представників роботодавців до освітнього процесу (на прикладі підготовки фахівця з видавничої справи та редагування), 2016, 2, 53–58; Масімова Л.Г. Напрацювання практичних шляхів професійної комунікації як результат роботи круглого столу «Видавнича справа: виклики сучасності», 2019, 1 (7), 107–110; Масімова Л.Г. Проведення круглого столу з видавцями-практиками щодо питань підготовки фахівців з видавничої справи та редагування, 2018, 1 (5), 69–70; Масімова Л.Г. Тропи візуального тексту мас-медіа, 2016, 1, 60–65; Матвійчук О.Є., Петрошук Н.Р. Історія київської бібліотеки для дітей в іменах, 2020, 2 (10); Матвійчук О.Є. Соціокультурний потенціал освітянських бібліотек, 2020, 2 (10); Матвійчук О.Є. Бібліотечна педагогіка, або Виховання книгою, 2016, 2, 97–101; Мишко Ю.О. Інноваційні форми культурно-просвітницької діяльності дитячих бібліотек України, 2018, 2 (6), 41–49; Онищенко О.М. Збереження авторського стилю під час редагування літературного перекладу (на прикладі порівняльної характеристики трьох редакцій перекладу казки-притчі Антуана де Сент-Екзюпері «Маленький принц»), 2017, 3, 77–83; Онищенко О.М. Реалії і перспективи технології друку та інтерпретація тексту шрифтом Брайля у видавничій справі, 2017, 4, 33–38; Осмоловська О.А., Півовар О.О., Гончаренко А.О., Ачкасова Д.І., Пилипів К.І., Доман А.О., Бут Б.Б., Лопушинська В.А. Популяризація читання в різних регіонах світу на початку ХХІ століття, 2018, 2 (6), 19–32; Осмоловська О.А. Проект «Київ — всесвітня книжкова столиця»: перспективи реалізації, 2018, 1 (5), 23–27; Осмоловська О.А. Формування видавничого напрямку української інклюзивної літератури як новітнього тренду розвитку видавничої справи, 2017, 4, 27–32; Пастушина В.М. Проблемно-тематичні спектри журналу «Розбудова нації» (1928–1934 рр.), 2019, 2 (8), 74–81; Петрина Л.В. Методика проведення інтерв'ю у форматі соціального ток-шоу «Говорить Україна», 2017, 3, 84–88; Повар А.В. Редагування в період рукописної книги, 2017, 3, 89–91; Погребняк І.В. Епістолярна комунікація: семіотичний вимір, 2019, 2 (8), 55–60; Подоляка Н.С. Особливості національної української культури в художньому оформленні видань харківського кооперативного видавництва «Рух», 2019, 2 (8), 82–88; Подоляка Н.С., Швачко О.О. Сучасний самвидав, зін-видання як спосіб самовираження та комунікації, 2020, 1 (9), 22–27; Поліщук Т.І. Науково-дослідна робота кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка (2012–2015), 2016, 1, 93–95; Полковенко Т.В. Особливості редагування науково-популярних текстів для публікації в мережі Інтернет, 2016, 1, 66–70; Полковенко Т.В., Полковенко О. Вибрані матеріали з теорії читання як елемент видавничих стратегій, 2016, 2, 59–62; Полковенко Т.В. Принципи крос-медіа у політичній журналістиці, 2018, 1 (5), 28–32; Приндюк Д.В. Редакторські знання і навички в професії викладача української мови і літератури, 2016, 2, 111–113; Росінська О.А. Архетип в медіатексті: просторові образи, 2016, 2, 86–90; Росінська О.А. Просторові контексти інформаційного простору як спосіб ментального картографування України, 2017, 3, 48–52; Рудь І.М. Пошукові системи як інструмент соціокомунікативних структур суспільства, 2020, 1 (9), 43–52; Садурська Є.П. Практико-орієнтовані дисципліни як підґрунтя для набуття знань з редакторського фаху (на прикладі дисципліни «Макетування і верстка»), 2017, 4, 75–79; Санакуєв М.Г. Філософія інформації та філософські основи інформатики, 2016, 2, 91–96; Седляр Ю.О., Стадніченко О.І. Інформаційно-комунікаційний складник роботи дипломатичних представництв, 2018, 2 (6), 12–18; Слюсаренко А. Булінг у школі: висвітлення проблеми у соціальній мережі «Facebook», 2020, 2 (10); Стамбол І.І. Тенденції досліджень у бібліотекознавстві в українській та європейській науці, 2020, 2 (10); Стамбол І.І. Тенденції розвитку новітньої біобібліографії (за матеріалами всеукраїнського «Біографічного рейтингу»), 2019, 2 (8), 96–100; Сніжко А.С. Виклики гібридної війни (наукова рецензія на книгу Магди Є.В. «Гібридна війна: вижити і перемогти»), 2016, 2, 106–108; Сосєдко К.Д. Інтернет-мем як інтелектуальний продукт колективної творчості інтернет-користувачів, 2019, 2 (8), 117–122; Сосєдко К.Д. Книжкові видання видавництва «Ранок» як складник його маркетингового комплексу, 2018, 2 (6), 70–73; Сошинська В.Є. Формування комунікаційних компетенцій у студентів спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка, 2017, 4, 56–57; Теремко В.І. Рецензія на інтерактивний навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів «Комп'ютерна графіка: Adobe Photoshop СС» (автори: Ігор Женченко, Марина Женченко. Київ: Жнець, 2017. 96 с.), 2017, 3, 65–65; Терещенко Н.М. Особливості

роботи бібліотек в умовах карантину: огляд вітчизняного та світового досвіду, 2020, 1 (9), 59–66; Терещенко Н.М. Проблеми формування та оцінювання компетентності фахівців бібліотечно-інформаційної галузі, 2019, 2 (8), 101–109; Феринська А.І. Порівняльний аналіз передвиборчих рекламно-комунікаційних кампаній кандидатів на пост Президента України, 2019, 2 (8), 110–116; Фруктова Я.С., Драч А.П. Забезпечення інформаційної відкритості закладів вищої освіти України, 2020, 2 (10); Хамедова О.А. Західноукраїнський часопис «Жіночий голос» (1931–1939): версія соціалістичного фемінізму, 2019, 2 (8), 67–73; Харитоненко О.І. Види періодичних видань у оновленому ДСТУ 3017 «Видання. Основні види. Терміни та визначення»: питання, які залишилися відкритими, 2017, 4, 45–50; Хром'як Р.М. Імплементация зелених технологій у бібліотеку, 2020, 1 (9), 89–94; Цюра М.А. Роль бібліотерапії в соціально-психологічній адаптації дітей та підлітків у новітніх умовах, 2017, 4, 58–64; Чекалюк В.В. Залучення медіаінструментів для формування позитивного державного іміджу, 2016, 2, 37–42; Чекмишев О.В. Рецензія на навчальний посібник Шпака Віктора Івановича «Термінологічний словник видавничого бізнесу: книга редактора», 2020, 1 (9), 79–80; Чечулін А.В. Комунікаційні і маркетингові заходи в програмах просування територій, 2016, 2, 43–45; Шевчук З.В. До питання медіаманіпуляцій в українському інформаційному просторі: контекст і огляд видання «Нація овочів? Як інформація змінює мислення і поведінку українців» Оксани Мороз, 2020, 1 (9), 28–34; Широкова І.А. Особливості взаємодії Українського інституту книги із цільовою аудиторією, 2020, 1 (9), 95–102; Шпак В.І. Автоматизація системи управління видавництвом, 2019, 1 (7), 47–53; Шпак В.І. Книговидання України: фактори розвитку, 2016, 2, 63–69; Шпак В.І. Методологія дослідження історії видавничого підприємства, 2017, 3, 44–47; Шпак В.І. Сучасні тренди українського книговидання, 2017, 4, 39–44; Щиглинська М.М.

Бібліотеки Великої Британії у застосунку Google arts & Culture, 2019, 2 (8), 123–128; Ярмак Н., Єленська Л. Розроблення серії книжкових видань для дітей: перший досвід командної роботи, 2016, 1, 89–92;

Bichikashvili Iryna. Worldview Orientations of the Modern Society: a view from Georgia, 2018, 1 (5), 10–13; Dosenko Anzhelika, Handzuk Vitaliy. Development of Ukrainian Blogosphere: Theoretical aspects of analysis, 2020, 2 (10); Kharchenko Oleg. Literary Journalism. Various Types of Dialogues in English Content, 2020, 2 (10); Ozoliņa Zāneta, Reinholde Iveta. European Union's Contribution to Civilian Security Sector Reform in Ukraine after 2014, 2019, 1 (7), 8–18; Vernyhora Nina. Formation of Editing Knowledge and Skills of Future Librarians in Terms of Study of the Discipline "Editing of Artistic and Children Editions", 2017, 3, 32–34; Vernyhora Svitlana. Book Summary as an Advertising Text, 2018, 2 (6), 6–11; Vernyhora Svitlana. Methods of Teaching Vocational Subjects in English at the Institute of Journalism at Borys Grinchenko Kyiv University, 2016, 2, 8–13; Vernyhora Svitlana. The Book as an Object of Advertising, 2019, 1 (7), 26–32; Zhenchenko Maryna. Specificity of Editorial and Publishing Training Electronic Textbooks for the New Ukrainian School, 2019, 1 (7), 42–46;

Ivanov Denys. Übermensch zmanipulowany. Utylitarna strona kwestii digitalnej i realnej tożsamości w sieciach społecznościowych, 2019, 1 (7), 19–25; Ivanov Denys. Kulminacyjny moment walki o rząd dusz. Ujęcie semiotyczne Zagadnień tożsamościowych oraz kwestii podziału Na «my — oni», 2019, 2 (8), 33–41; Ivanov Denys. Komunizm oraz nostalgia. Tęsknota za komunizmem w pracach eseistów europy środkowo-wschodniej oraz bałkan, 2020, 2 (10); Wallas Tadeusz. Miejsce nauk o komunikowaniu w klasyfikacjach dyscyplin naukowych, 2018, 1 (5), 6–9.

Подано до редакції: 06.12.2020 р.

Прийнято до друку: 28.12.2020 р.

НАУКОВІ РОЗВІДКИ СТУДЕНТІВ

Слюсаренко Анжела,
магістрантка Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка
Ел. пошта: avsliausarenko.ij19@kubg.edu.ua

Anzhela Sliusarenko,
Master of the Institute of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University
Email: avsliausarenko.ij19@kubg.edu.ua

Науковий керівник — Досенко А.К.,
доцент кафедри журналістики та нових медіа
Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка,
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент
Ел. пошта: o.dosenko@kubg.edu.ua

Scientific supervisor — Anzhelika Dosenko,
Associate Professor at Journalism
and New Media Department,
Institute of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University,
PhD in Social Communication
Email: o.dosenko@kubg.edu.ua
ORCID iD 0000-0002-5415-1299

<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2020.2-10.11>

УДК 316.77

БУЛІНГ У ШКОЛІ: ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМИ У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ “FACEBOOK”

BULLYING AT SCHOOL: COVERING A PROBLEM ON THE FACEBOOK

У статті розглядається актуальна сьогодні проблема булінгу у сучасних українських школах, його негативних довготривалих наслідків для жертв цькування, а також ризиків для самого булера (кривдника) у майбутньому після такого вчинку.

Мета дослідження полягає у вивченні особливостей створення та просування інформаційно-комунікаційного каналу «Контрбулінг». При цьому застосовувалися такі методи, як аналіз, синтез, узагальнення та контент-аналіз.

Зокрема, у статті проаналізовано, як в Україні діє антибулінгове законодавство, та зазначається кількість вироків, винесених від початку набрання чинності законом. Крім того, досліджено найпопулярнішу в Україні соціальну мережу “Facebook” та її аудиторію, з’ясовано, скільки часу користувачі проводять у цій соціальній мережі та чому вона вийшла на перше місце серед соцмереж у 2017 р. Висвітлення у “Facebook” важливої проблеми булінгу аналізується за такими критеріями: кількість підписників, мова дописів, частота оновлень, загальна характеристика.

До того ж у науковому дослідженні визначено, як електронна комунікація досягла практично необмежених можливостей. Хоча інформація та комунікація — різні поняття, але вони збігаються в одному: відповідний засіб (канал) передбачає циркуляцію інформації від комуніканта до комуніката. Якщо раніше канали комунікації переважно забезпечували двобічний обмін повідомленнями, то нині це багатосторонній процес, коли будь-який суб’єкт такої взаємодії одночасно є й адресантом, й адресатом.

У статті розроблено та представлено механізм створення інформаційно-комунікаційного каналу, що передбачає вибір теми та платформи для розміщення контенту. Адже з огляду на аналіз цільової аудиторії потрібно правильно визначати платформу та формат подання інформації, а також інструменти для просування інформаційно-комунікаційного каналу.

Ключові слова: інформаційно-комунікаційний канал, булінг, Facebook, цькування.

The article highlights the current problem: the situation of bullying in modern Ukrainian schools, its negative and long-term consequences for victims of bullying, as well as what are the risks for the bully (offender) in the future after bullying.

The aim of the study is to examine the peculiarities of the creation and promotion of information and communication channel "Counterbullying".

Methods used for research are the following: analysis, synthesis, generalization, and content analysis. The article analyses how anti-bullying legislation operates in Ukraine and the number of sentences passed since the law came into force. In addition, we studied the most popular social network in Ukraine, Facebook, its audience, how much time users spend on this social network, and why it came out on top in 2017. Besides, we analyse in the coverage of Facebook socially important problem of bullying by the following criteria: the number of subscribers, the language of posts, the frequency of updates, the general characteristics.

The paper considers electronic communication has reached almost unlimited possibilities. Although information and communication are different concepts, they intersect in one thing: the appropriate means (channel) includes the circulation of information from communicator to communicator. Whereas previously communication channels mainly provided two-way messaging, today it is a multilateral process, where any subject of such interaction is both the addressee and the addressee.

The mechanism of creation of the information and communication channel is developed and presented in the article that provides selection of the theme and platform for content. Given analysis of the target audience is necessary to correctly determine the platform and format of the content, as well as tools for promoting the information and communication channel.

Key words: information and communication channel, bullying, Facebook, harassment.

Вступ. Сучасні соціальні комунікації потребують деталізованого вивчення з огляду на постійну динаміку розвитку одиниць комунікації. Такі одиниці виникають внаслідок процесів інформаційного обміну.

Життя суспільства з усіма негативними ситуаціями точно відтворюється на сторінках соціальних мереж та інтернет-медіа. Гострою сучасною проблемою серед молоді ми вважаємо булінг, який стає дедалі поширенішим явищем не лише у реальному житті, але й у соціальних мережах. «Булінг, або, інакше кажучи, цькування, означає небажану агресивну поведінку, яка призводить до цькування однієї дитини іншою або ж групою дітей з метою приниження, залякування та демонстрації сили» [2]. Проблему булінгу у школах різних країн світу досліджують від 1980-х рр., водночас цькування в українських навчальних закладах почали аналізувати порівняно нещодавно — перші дослідження розпочалися у 2005 р. «Це зумовлено насамперед тим, що останнім часом булінг серед українських школярів набув значного поширення» [11]. Про це свідчать результати дослідження Дитячого фонду ООН ЮНІСЕФ, проведеного у 2017 р. в Україні. Отже, 67 % дітей віком від 11 до 17 років стикалися з проблемою булінгу впродовж останніх трьох місяців, а 24 % дітей стали жертвами цькування. Тобто майже кожна четверта дитина зазнає знущань. «Найчастіше діти піддаються цькуванню з боку однолітків за свій зовнішній вигляд, переконання, поведінку, а також через різні життєві обставини тощо» [1]. Також, згідно зі статистикою Національної дитячої гарячої лінії, понад 25 % дзвінків так чи інакше пов'язані із цькуванням.

Мета роботи полягає у дослідженні особливостей створення та просування інформаційно-комунікаційного каналу «Контрбулінг».

Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

- 1) узагальнити інформацію про проблему булінгу в Україні;
- 2) дослідити виникнення інформаційно-комунікаційних каналів;
- 3) об'єднати відомості про соціальну мережу "Facebook" як засіб створення інформаційного контенту;
- 4) створити Facebook-сторінку «Контрбулінг».

Порушену проблему аналізували такі вітчизняні науковці: В. Андреевкова, О. Голобуцький, Т. Гордієнко, А. Запорожець, А. Соколов, М. Ібушева, О. Калашник, О. Капнік, В. Конецька, А. Король, Т. Миронюк, В. Мельничук, О. Шевчук.

Під час наукового дослідження було використано такі **методи**: аналіз, синтез, узагальнення та контент-аналіз.

Результати й обговорення. Опитування організації «Ла Страда – Україна», проведене серед школярів Луганської області у 2019 р., показало, що 35,8 % учнів хоча б один раз зазнавали насильства чи булінгу [1]. Попри такі невтішні дані в українському правовому полі лише на початку 2019 р. з'явилася дефініція поняття булінгу, що міститься у так званому антибулінговому законодавстві. Умовно цей закон поділено дві частини — покарання та профілактику. Отже, в українському законодавстві «булінг (bullying, від *англ.* bully — хуліган, забіяка) (цькування) — це діяння (дії чи бездіяльність) учасників освітнього процесу

психологічного, фізичного, економічного, сексуального насильства, зокрема із застосуванням засобів електронних комунікацій, що вчинено стосовно малолітньої чи неповнолітньої особи та (або) такою особою щодо інших учасників освітнього процесу, внаслідок чого могло бути чи було заподіяно шкоду психічному або фізичному здоров'ю потерпілого» [3]. За вчинення булінгу в Україні передбачена адміністративна відповідальність. Однак випадків, коли батьки чи вчителі звертаються до поліції із заявами щодо булінгу, поки що порівняно небагато. Приміром, упродовж 2019 р. суди України розглянули 310 справ, що стосувалися булінгу. «У 102 справах суд призначав штраф, який найчастіше накладався на батьків дитини, яка звинувачувалась у булінгу. 84 справи було відправлено на доопрацювання до органів поліції, також 84 справи було закрито за відсутністю складу правопорушення або у зв'язку із завершенням строку позовної давності» [3].

З огляду на непопулярність звернень до поліції та непоодинокі байдужість батьків та вчителів (за даними опитування U-Report, 37 % дорослих ігнорують цю проблему) українські школярі продовжують зазнавати знущань з боку кривдників.

Булінг має вкрай негативні наслідки для дитини, яку цькують. Зокрема, цькування формує у постраждалих комплекс неповноцінності та занижену самооцінку. Учені ВООЗ також наголошують на медичних наслідках впливу булінгу. Адже у дітей, які страждають від булінгу, з'являються соматичні хвороби, а саме: головний біль, біль у спині та животі. Також можуть проявлятися психологічні розлади (депресія, поганий настрій, нервозність, почуття самотності й думки про самогубство). Постраждалі діти часто відчувають неповноцінність щодо відповідності вимогам суспільства. «Окрім того, ще одним наслідком булінгу може бути розвиток стійких моделей асоціальної поведінки, зокрема агресії, насильства. Також є ймовірність, що діти, які зазнавали знущань у школі, у майбутньому можуть стати алко- чи наркозалежними» [10].

Крім того, негативних наслідків булінгу знає і сам кривдник. Варто наголосити, що авторитарні методи поведінки можна порівнювати з насильницькими. Саме вони можуть стати нормою, а потім відтворюватися у родині чи дружніх стосунках. Дослідження також підтверджують, що булінг можна вважати першим кроком на злочинному шляху. Приблизно 60 % із тих, кого було визнано агресором у середніх класах, «мали хоча б одну судимість до 24 років,

а 35–40 % скоїли три або більше тяжких злочинів до досягнення 25-річного віку» [11].

З огляду на наведену вище інформацію проблема булінгу має висвітлюватися у ЗМІ та соціальних мережах, цільову аудиторію яких, зокрема, становлять батьки дітей шкільного віку та вчителі.

"Facebook", заснований ще у 2004 р. Марком Цукербергом, є найбільшою соціальною мережею у всьому світі. «Вона нараховує станом на 2020 рік 2,5 мільярда активних користувачів на місяць» [5]. В Україні ця соціальна мережа стала найпопулярнішою після заборони у червні 2017 р. російських інтернет-ресурсів, зокрема соціальних мереж «Однокласники» та «ВКонтакте».

«За даними дослідження експертів міжнародних компаній We Are Social і Hootsuite, проведеного у 2020 р., наразі середньостатистичний користувач Інтернету щодня проводить онлайн 6 годин 43 хвилини. Цей час варіюється залежно від країни» [7]. Соцмережі привертають дедалі більше уваги. Користувачі "Facebook", приміром, приділяють багато часу комунікації у соціальній мережі, де відстежують дописи один одного. Користувачка аудиторія цієї мережі у нашій країні станом на вересень 2019 р. становила 0,7 % від загальноосвітової. До речі, в Україні відсоток жінок-користувачок вищий, аніж чоловіків (61 % проти 39 %). Якщо брати до уваги вік, то "Facebook" та "Facebook Messenger" є найпопулярнішими серед користувачів віком 25–35 років, дещо менше серед молоді 18–24 років та найменш поширені поміж юзерів віком 36–45 років. «Українські користувачі соцмережі доволі активні: у середньому протягом місяця один юзер поширював два пости, залишав три коментарі та ставив 17 лайків. Це вищі показники, ніж середні у світі» [13].

З огляду на це соціальну мережу "Facebook" можна назвати вдалою платформою для розміщення й популяризування теми булінгу. Щоб проаналізувати, як контент про булінг поширюється у "Facebook", ми взяли найпопулярніші сторінки та відкриті групи із зазначеною тематикою: «Булінг у школі "нові 90-ті"», «Адвокатська ініціатива — "СтопБулінг"», «Стоп Булінг — Херсон», «Стоп мобінг/булінг в закладах освіти України!», «Школа без булінгу. Сім'я без насильства». Їх проаналізовано за такими параметрами: кількість підписників, мова дописів, частота оновлень, загальна характеристика.

Спільнота «Булінг у школі "нові 90-ті"» має понад 600 підписників. Мова дописів — переважно українська. Частота оновлень невисока — кілька дописів на місяць. Серед

проаналізованого контенту спільноти не помічено унікального матеріалу: основою сторінки є поширення з різних сайтів фото-, відеоконтенту, текстової інформації на тему булінгу. Зазвичай такі поширення супроводжуються коротким коментарем.

На спільноту «Адвокатська ініціатива — «СтопБулінг»» підписалися понад 300 людей. Мова дописів — українська. Частота оновлень — кілька дописів на місяць. Спільнота створює унікальний контент про булінг, а також поширює тематичні дописи з інших ресурсів.

«Стоп Булінг — Херсон» має понад 450 підписників. У березні 2020 р. сторінка майже припинила існування, оскільки від цієї дати практично не зафіксовано нових дописів. Контент як авторський, так і унікальний, інформація подається двома мовами — українською та російською. Слід зазначити, що тема публікацій у групі не завжди стосується саме булінгу, наприклад, неодноразово поширювалася інформація про нововведення у школі, вакцинацію тощо.

Загальнодоступна група «Стоп мобінг/булінг у закладах освіти України!» має майже 350 учасників. Формат групи передбачає, що учасники самостійно поширюють тут контент, який, однак, повинен схвалити адміністратор. Оновлення у групі відбуваються кілька разів на тиждень. Темата більшої частини дописів є булінг та новації у сфері освіти. Також учасники обговорюють ситуації, які трапилися в їхньому житті, просять надати контакти юристів тощо.

Загальнодоступна група «Школа без булінгу. Сім'я без насильства» має понад 1,1 тисячі учасників. Оновлення наповнення сторінки — кілька дописів щотижня — відбувається переважно завдяки дописам учасників та репостам з інших груп чи спільнот. У групі всі дописи присвячені темі булінгу та протидії цькуванню.

Висновки. Унаслідок аналізу груп та спільнот у «Facebook» ми змогли дійти такого висновку: у цій соцмережі наразі немає спільноти чи групи українською мовою, яка оновлювалася б регулярно та була присвячена винятково темі булінгу.

Інформаційно-комунікаційний канал — певний шлях, яким повідомлення рухається від комуніканта до реципієнта. Основна умова — наявність зв'язку, саме вона є базою для комунікаційної діяльності в будь-якій формі. З появою глобальної мережі «Інтернет» комунікація досягла практично необмежених можливостей.

Хоча інформація та комунікація — різні поняття, але вони збігаються в одному:

відповідний засіб (канал) передбачає циркуляцію інформації від комуніканта до комуніката. Якщо раніше канали комунікації переважно забезпечували двобічний обмін повідомленнями, то нині це багатосторонній процес, коли будь-який суб'єкт такої взаємодії одночасно є й адресантом, й адресатом.

Створення інформаційно-комунікаційного каналу передбачає вибір теми та платформи для розміщення контенту. З огляду на аналіз цільової аудиторії потрібно правильно визначити платформу та формат подання інформації, а також інструменти для просування інформаційно-комунікаційного каналу. Крім того, удосконалити свій канал можна, якщо проаналізувати подібні канали та виокремити їх переваги та недоліки.

Для створення інформаційно-комунікаційного каналу про булінг ми обрали платформу «Facebook», яка є надзвичайно популярною серед цільової аудиторії (батьки школярів та вчителі). Також було визначено формати поширення контенту, а саме: дописи (пости), великі матеріали у вигляді заміток та відеоінтерв'ю. Під час роботи з Facebook-сторінкою обрано найефективніший метод просування — платну рекламу, яку можна застосовувати навіть з невеликим бюджетом. Ще одним ефективним методом є поширення контенту в загальнодоступних групах, які об'єднують цільову аудиторію.

Таким чином, Facebook-сторінці «Контрбулінг» вдалося знайти свою аудиторію. Надалі у разі дотримання аналогічного алгоритму дій кількість її підписників лише збільшуватиметься.

Список використаних джерел

1. Андреевкова В.Л., Мельничук В.О., Калашник О.А. Протидія булінгу в закладі освіти: системний підхід: метод. посіб. К.: ТОВ «Агентство «Україна»», 2019. 209 с.
2. Булінг. ЮНІСЕФ. URL: <https://www.stopbullying.com.ua/>
3. Булінг: за рік суди України розглянули 310 справ. Інформаційне агентство «Конкурент». URL: <https://konkurent.ua/publication/51069/buling-za-rik-sudiukraini-rozglyanuli-310-sprav/>
4. Гордієнко Т. Нові цифри про Facebook: ще більше часу зі смартфонами та ще швидше споживання контенту. Детектор медіа. URL: <http://detector.media/rinok/article/166081/2019-04-03-novi-tsifri-pro-facebook-shche-bilshe-chasu-zi-smartfonami-ta-shche-shvidshe-spozhyvannya-kontentu/>
5. До середини року більш як половина населення світу буде користувачами соцмереж. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2870117-do-seredini-roku-bils-ak-popolovina-naselelna-svitu-bude-koristuvachami-socmerez/>

6. Дослідження Opinion Software. 2019. URL: https://inau.ua/sites/default/files/file/2001/presentation_osm_december_2019.pdf

7. Ібушева М. Скільки часу проводять користувачі в соцмережах. Дослідження. *Лайкни*. URL: <https://www.likeni.ru/events/skolko-vremeni-polzovateli-provodyat-v-sotssetyakh-issledovanie/>

8. Капнік О. Булінг серед дітей: чим це може обернутися. *Газета по-українськи*. URL: https://gazeta.ua/articles/edu-and-science/_buling-sered-ditej-chim-ce-mozhe-obernutisya/852263

9. Король А. Причини та наслідки явища булінгу. *Відновне правосуддя в Україні: Інформаційний бюлетень*. 2009. URL: https://rescentre.org.ua/images/Uploads/Files/poperedzhennya_dl/buling_article.pdf

10. Мирний М. Як булінг впливає на всіх дітей у класі. *Нова українська школа*. URL: <https://nus.org.ua/articles/yak-buling-vplyvaye-na-vsikh-ditej-u-klasi/>

11. Миронюк Т.В., Запорожець А.К. Удосконалення заходів протидії булінгу в Україні. *Науковий вісник Національної академії внутрішніх справ*. 2019. № 3.

12. На соціальні мережі українці витрачають у 8 разів більше часу, ніж на біг — дослідження. *Media Sapiens*. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/25368/2020-08-28-na-sotsialni-merezhi-ukraintsi-vitrachayut-u-8-raziv-bilshe-chasu-nizh-na-big-doslidzhennya/>

13. Facebook та Instagram в Україні. URL: [http://plusone.com.ua/research/Facebook%20%D1%82%D0%B0%20Instagram%20%D0%B2%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96%20\(%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%81%D0%B5%D0%BD%D1%8C%202019\).pdf](http://plusone.com.ua/research/Facebook%20%D1%82%D0%B0%20Instagram%20%D0%B2%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96%20(%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%81%D0%B5%D0%BD%D1%8C%202019).pdf)

References

1. Andriienkova, V. L., Melnychuk, V. O., & Kalashnyk, O. A. (2019). Protydiia bulinhu v zakladi osvity: systemnyi pidkhid [Anti-bullying in an Educational Institution: Systematic approach]. Method. manual, K.: TOV «Ahentstvo "Ukraina"», 209 p. [in Ukrainian].

2. Bullying. UNICEF. [in English].

<https://www.stopbullying.com.ua/>.

3. Bullying: za rik sudy Ukrainy rozhlialuly 310 sprav [Bullying: During the year the courts of Ukraine considered 310 cases]. Informatsiine ahentstvo «Konkurent» [in Ukrainian].

<https://konkurent.ua/publication/51069/buling-za-rik-sudiukraini-rozglyanuli-310-sprav/>

4. Hordiienko, T. Novi tsyfry pro Facebook: shche bilshe chasu zi smartfonamy ta shche shvydshe spozhyvannia kontentu [New Figures about Facebook: Even more time with smartphones and even faster content consumption]. *Detektor Media* [in Ukrainian].

<http://detector.media/rinok/article/166081/2019-04-03-novi-tsifry-pro-facebook-shche-bilshe-chasu-zi-smartfonami-ta-shche-shvydshe-spozhyvannia-kontentu/>

5. Do seredyny roku bilsh yak polovyna naseleennia svitu bude korystuvachamy sotsmerezh [By the Middle of the Year, More than Half of the World's Population will Be Users of Social Networks]. [in Ukrainian].

<https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2870117-do-seredini-roku-bils-ak-polovina-naseleenna-svitu-bude-korystuvacami-socmerez>

6. Doslidzhennia Opinion Software [Research Opinion Software]. (2019). [in Ukrainian].

https://inau.ua/sites/default/files/file/2001/presentation_osm_december_2019.pdf.

7. Ibusheva, M. Skilky chasu provodiat korystuvachi v sotsmerezakh [How much time do users spend on social networks]. *Doslidzhennia, Laidny* [in Ukrainian].

<https://www.likeni.ru/events/skolko-vremeni-polzovateli-provodyat-v-sotssetyakh-issledovanie/>

8. Kapnik, O. Bulinh sered ditei: chym tse mozhe obernutysia [Bullying among Children: What it can turn into]. *Hazeta po-ukrainsky* [in Ukrainian].

https://gazeta.ua/articles/edu-and-science/_buling-sered-ditej-chim-ce-mozhe-obernutisya/852263

9. Korol, A. (2009). Prychyny ta naslidky yavyscha bulinhu [Causes and Consequences of Bullying]. *Informatsiinyi biuletен Vidnovne pravosuddia v Ukraini*, 2009 [in Ukrainian].

https://rescentre.org.ua/images/Uploads/Files/poperedzhennya_dl/buling_article

10. Myrnyi, M. Yak bulinh vplyvaye na vsikh ditei u klasi [How Bullying Affects All Children in the Class]. *Nova ukrainska shkola* [in Ukrainian].

<https://nus.org.ua/articles/yak-buling-vplyvaye-na-vsikh-ditej-u-klasi/>

11. Myroniuk, T. V., & Zaporozhets, A. K. (2009). Udoskonalennia zakhodiv protydiia bulinhu v Ukraini [Improving Measures to Anti-bullying in Ukraine]. *Scientific Herald of National Academy of Internal Affairs*, №3, pp. 12–25 [in Ukrainian].

12. Na sotsialni merezhi ukraintsi vytrachaiut u 8 raziv bilshe chasu, nizh na bih [Ukrainians Spend 8 Times more Time on Social Networks than on Running]. *Doslidzhennia, Media Sapiens* [in Ukrainian].

<https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/25368/2020-08-28-na-sotsialni-merezhi-ukraintsi-vitrachayut-u-8-raziv-bilshe-chasu-nizh-na-big-doslidzhennya/>

13. Facebook та Instagram v Ukraini. [in Ukrainian]

[http://plusone.com.ua/research/Facebook%20%D1%82%D0%B0%20Instagram%20%D0%B2%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96%20\(%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%81%D0%B5%D0%BD%D1%8C%202019\).pdf](http://plusone.com.ua/research/Facebook%20%D1%82%D0%B0%20Instagram%20%D0%B2%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96%20(%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%81%D0%B5%D0%BD%D1%8C%202019).pdf)

Подано до редакції: 26.11.2020 р.

Прийнято до друку: 28.12.2020 р.

НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ІНСТИТУТУ ЖУРНАЛІСТИКИ

Горбенко Г.В.,

директор Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка,
кандидат педагогічних наук, доцент
Ел. пошта: h.horbenko@kubg.edu.ua

Halyna Horbenko,

Director of the Institute of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University,
PhD (Pedagogical Sciences), Associate Professor
Email: h.horbenko@kubg.edu.ua
ORCID iD 0000-0002-5029-026

Іващенко В.Л.,

професор кафедри видавничої справи
Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка,
доктор філологічних наук,
старший науковий співробітник
Ел. пошта: v.ivashchenko@kubg.edu.ua

Victoria Ivashchenko,

Professor of the Department of Publishing Studies,
Institute of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University,
Doctor of Sciences (Philology), Senior Researcher
Email: v.ivashchenko@kubg.edu.ua
ORCID iD 0000-0002-8044-4116

<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2020.2-10.12>

УДК 378.4.091:[004.032.6:005.336.2]

МЕДІАЗНАВЧІ СТУДІЇ В НАУКОВОМУ ТА ОСВІТНЬОМУ ДИСКУРСАХ: РЕАЛІЗАЦІЯ АКТУАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ (2019–2020)

MEDIA STUDIES IN EDUCATIONAL AND SCIENTIFIC DISCOURSES: REALIZATION OF CURRENT ISSUES (2019–2020)

Організація роботи над науковою темою Інституту журналістики (грудень 2019 — грудень 2024) (керівники: Г. Горбенко, В. Іващенко) за 2020 р. здійснювалася в межах **проблематики**, яку формують 7 досліджень (кожне структуроване за напрямками та етапами):

1) «Сучасне медіазнавство: окреслення меж галузі» має 3 напрями: «Медіазнавство в науковому дискурсі», «Тенденції розвитку освітнього медіазнавчого дискурсу»; «Е-словник основних понять медіазнавства»;

2) «Медіаосвіта в Україні та за кордоном» має 3 напрями: «Основні медіазнавчі поняття», «Професійна медіаосвіта в країнах Європи», «Неформальна медіаосвіта: досвід Інституту журналістики», «Формування цифрової та медіакомпетентностей у професійній підготовці бакалаврів і магістрів»;

3) «Прикладне медіазнавство і практико-орієнтоване навчання у вищій школі» має

4 напрями: «Основні медіазнавчі поняття», «Медіатехнології в навчальному процесі: анімація в рекламі», «Бібліотечна журналістика: медіапрактики в навчальному процесі», «Літературна журналістика: техніки створення мультимедійного контенту в навчальному процесі»;

4) «Медіаімідж vs медіаобраз в українських реаліях» має 3 напрями: «Основні медіазнавчі поняття», «Медіа як інструмент формування іміджу політика», «Медіаобраз як ментальний стереотип маніпулятивного впливу»;

5) «Медіаплатформи комунікативної взаємодії» має 2 напрями: «Основні медіазнавчі поняття», «Комунікативні платформи соціальної взаємодії»;

6) «Медіапідтримка лідерів громадської думки в Україні» має 2 напрями: «Основні медіазнавчі поняття», «Ранжування українських мас-медіа 2013–2019»;

7) «Журналістика рішень в Україні для сталого розвитку: медійні аспекти» має 4 напрями:

«Основні медіазнавчі поняття», «Соціальна відповідальність медіа в журналістиці рішень», «Журналістика рішень і журналістика миру в українських інтернет-виданнях та вебресурсах Університету Грінченка», «Медійні аспекти проблематики сталого розвитку».

Під час досліджень досягнуто таких проміжних результатів:

1) «Сучасне медіазнавство: окреслення меж галузі»:

— за напрямом «*Медіазнавство в науковому дискурсі*»: зібрано 40 % дефінітивного матеріалу для окреслення обсягу поняття «медіазнавство» в його кореляції з іншими поняттями; організовано й проведено Міжнародну науково-практичну конференцію «Медіазнавчі студії в європейському діалозі: освітній та науковий дискурси» (13–14 листопада 2020 р.), на якій виголошено доповіді за напрямами досліджень наукової теми; подано міжнародну грантову заявку на Erasmus+ Programme — проект «Media Studies in European Dialogue»;

— за напрямом «*Тенденції розвитку освітнього медіазнавчого дискурсу*»: триває контент-аналіз сайтів українських ЗВО та англомовних сайтів закордонних ЗВО, у яких засновано або впроваджено Media Studies Faculty, Media Studies Department, Media Studies Courses, BA in Media Studies, MA in Media Studies, PhD in Media Study, Media Research Lab; триває підписання договору про співпрацю Університету Грінченка з Університетом Короля Хуана Карлоса в Мадриді;

— за напрямом «*Е-словник основних понять медіазнавства*»: розроблено концепцію, визначено мету, сферу використання та об'єкт е-словника й пропонувано до впровадження на його основі бази даних; складено робочий перелік термінів, що позначають поняття базового рівня (120 реєстрових одиниць), сформовано робочу групу, розподілено виконавців; триває пошук джерел добору та інвентаризація, внесення термінів та їхніх дефініцій до таблиці Excel, редагування, упорядкування та уніфікація зібраного матеріалу; розроблено шаблон візуалізації термінологічних одиниць у е-словнику й на цій основі створено відеоролік для візуалізації одного з термінів як зразок на прикладі терміна *телебачення* — <https://www.youtube.com/watch?v=DV4Ya6XOwYs&feature=youtu.be&fbclid=IwAR1qDXTaXt5ezpXkf iQxmB8T5Q7Qd6TkWXMjHAtMmVvzEggVQ-A00DMPGXc>; проведено 9 науково-практичних семінарів «Сучасне медіазнавство: теорія і практика»;

2) «*Медіаосвіта в Україні та за кордоном*»:

— за напрямом «*Основні медіазнавчі поняття*»: окреслено, зібрано й внесено до робочої таблиці Excel дефініції 15 термінів на позначення понять базового рівня за цим дослідженням, їх уніфіковано, відредаговано та впорядковано; триває подальша інвентаризація;

— за напрямом «*Професійна медіаосвіта в країнах Європи*»: опрацьовано 10 нормативно-правових документів ЄС із питань медіаосвіти громадян та «Концепцію впровадження медіаосвіти в Україні» щодо формування у дітей та молоді медіаобізнаності, медіаграмотності й медіакомпетентності відповідно до вікових та індивідуальних особливостей; узагальнено досвід упровадження медіаосвіти в шкільну та поза-шкільну освіту, професійну підготовку педагогів у країнах Північної (зокрема Швеції, Фінляндії, Великій Британії, країнах Балтії), Західної (Австрії, Німеччині, Франції), Центральної (Польщі), Південно-Східної (Болгарії) Європи, що відображено в розділі колективної монографії (Горбенко, Фруктова, 2020); обговорено план співпраці з Управлінням освіти Оболонської державної адміністрації в м. Києві, є схвальні відгуки на сертифікатні програми та пропозиція щодо залучення педагогів закладів загальної середньої освіти до підвищення кваліфікації з медіаосвіти; триває моніторинг нормативно-правових документів Ради Європи, ЮНЕСКО з питань медіаосвіти громадян (передумов, принципів та форм впровадження медіаосвіти в країнах Європи та світу), співпраця з лабораторією психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України як ініціаторами та реалізаторами експерименту щодо впровадження медіаосвіти в Україні (наукове консультування, експертна оцінка програм, аносування подій Медіашколи Грінченка, участь у круглих столах, онлайн-конференціях, презентація результатів наукових досліджень) — розроблено проект угоди;

— за напрямом «*Неформальна медіаосвіта: досвід Інституту журналістики*»: розроблено модулі та впроваджено сертифікатну програму «Медіакомпетентність» (базовий рівень, пілотний проект) за 4 тематичними блоками: «Медіабезпека», «Медіапсихологія», «Медіавиробництво», «Медіатехнології»; опитано 100 учасників Форуму щодо професійних інтересів, узагальнено результати та визначено затребувані дисципліни медіазнавчого циклу; проведено конкурентний аудит українських шкіл-лідерів із медіаграмотності, за допомогою системно-аналітичного методу проаналізовано цільову аудиторію для нового кейса проекту

«Медіашкола Університету Грінченка»: школярі, студенти, вчителі, бізнесмени; оновлено програми тренінгів «Медіакомпетентність», «Брендинг освітньої установи» та розроблено нову дистанційну програму для слухачів Медіашколи; проаналізовано покроковий план популяризації освітнього проекту «Медіашкола Університету Грінченка» за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та оцінено ефективність його промоції за допомогою вебаналітики та опитування; підготовлено й проведено Форум із медіакомпетентності для вчителів та психологів закладів загальної середньої освіти м. Києва (16 листопада 2019 р.); підготовлено та відправлено міжнародну грантову заявку на Erasmus+ Programme — “Jean Monnet Module on Implementation of European Practices of Information Audiovisual Content in the Ukrainian Media Are”; результати дослідження відбито в публікаціях (Горбенко, Нетреба, 2020а; Горбенко, Нетреба, 2020б) та апробовано на трьох конференціях: Міжнародній науково-практичній онлайн-конференції «Забезпечення якості вищої освіти в країнах Європейського Союзу» (15 квітня 2020 р.); II Міжнародній науково-практичній конференції «Журналістика та реклама: вектори взаємодії» (19 березня 2020 р., Київ, КНТЕУ); XII International Conference on Education and New Learning Technologies (6–7 липня 2020 р., Іспанія; онлайн-повідь та презентація); триває розроблення анкети для педагогів та соціологічне опитування (за результатами Форуму); продовження анкетування педагогів (44 особи), проходять анкетування 386 осіб трьох вікових категорій з усієї України та апробація програм тренінгів «Медіакомпетентність», «Брендинг освітньої установи» та нової дистанційної програми для слухачів Медіашколи;

— за напрямом «*Формування цифрової та медіакомпетентностей у професійній підготовці бакалаврів і магістрів*»: теоретично обґрунтовано актуальність дослідження, з'ясовано необхідність упровадження освітніх програм та навчальних дисциплін, зорієнтованих на розвиток цифрової та медіакомпетентностей у здобувачів освітніх рівнів бакалавра та магістра; розроблено процедуру анкетування, сформульовано питання (експертна група — автори статті); проведено анкетування студентів бакалаврату та магістратури (загальна кількість опитаних — 470 осіб) у структурних підрозділах Київського університету імені Бориса Грінченка (Інституті журналістики, Інституті філології, Педагогічному інституті та інших структурних підрозділах) із метою вивчення

впливу цифрової культури та цифрових медіа на навчальний процес і фахове становлення студентів різних спеціальностей; оброблено дані з використанням методів статистичного аналізу, синтезу, узагальнення та інших; результати дослідження описано в наукових статтях (Воскобойнікова-Гузева, Масімова, Вернигора, Сошинська, 2020; Воскобойнікова-Гузева, 2019; Росінська, 2020) та виголошено у форматі доповіді на X Ювілейній міжнародній конференції «Сучасна бібліотечно-інформаційна безперервна освіта: орієнтири співтворення» (25–28 лютого 2020 р.);

3) «*Прикладне медіазнавство і практико-орієнтоване навчання у вищій школі*»:

— за напрямом «*Основні медіазнавчі поняття*»: окреслено, зібрано й внесено до робочої таблиці Excel дефініції 12 термінів на позначення понять базового рівня за цим дослідженням, їх уніфіковано, відредаговано та впорядковано; триває подальша інвентаризація;

— за напрямом «*Медіатехнології в навчальному процесі: анімація в рекламі*»: теоретично обґрунтовано ефективність упровадження технології анімації в освітній процес як інноваційної; розроблено та описано модель навчання технології анімації під час вивчення дисципліни «Анімація в рекламі» (освітня програма «Реклама та зв'язки з громадськістю», бакалаврський рівень) на базі Центру мультимедійних технологій і Телемайстерні «Астудія»; проведено експеримент із оцінювання знань і навичок студентів у формі анімаційного фестивалю реклами “Grinch Animation AdFest”, фокус-групове інтерв'ювання; результати узагальнено в науковій статті (Горбенко, Іващенко, Нетреба, 2020); дисципліну «Анімація в рекламі» упроваджено як вибірккову (освітня програма «Реклама та зв'язки з громадськістю», бакалаврський рівень); анімаційні відео розміщено у творчих портфоліо студентів;

— за напрямом «*Бібліотечна журналістика: медіапрактики в навчальному процесі*»: розроблено та описано практико-орієнтовану модель викладання в Університеті Грінченка дисципліни «Бібліотечна журналістика»; результати узагальнено в науковій статті (Поліщук, 2019); триває опитування студентів для виявлення актуальних медіапрактик у роботі фахівця ІБАС; упроваджено в навчальний процес медіапрактики (2018–2019, 2019–2020) в аспекті взаємодії бібліотек із засобами масової інформації на базі Центру ефірного та цифрового радіомовлення, НВМ «Астудія», НВМ «Грінченко-інформ»; підготовлено переможців II туру Всеукраїнського конкурсу студентських

наукових робіт зі спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» — А. Боярин (диплом I ступеня, 2019), О. Кравчук (диплом I ступеня, 2020); підготовлено та проведено Всеукраїнський конкурс фото- та відеоробіт “Lime.Go to read!”; створено медіапродукти у форматі аудіокниг — «Батьківське серце», казка Наддніпрянщини (<https://sluhay.com.ua/1805143:batk%D1%96vske-serce>), «Анфіса — золоті коси», українська народна казка (<https://sluhay.com.ua/1013262:anf%D1%96sazolot%D1%96-kosi>), «Про дівчину Марусю», українська народна казка (https://sluhay.com.ua/find/performer=%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%96%D1%8F_%D0%86%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE), у співпраці з Бібліотекою аудіокниг українською мовою «Слухай»;

— за напрямом «Літературна журналістика: техніки створення мультимедійного контенту в навчальному процесі»: проаналізовано різновиди вступу та закінчень публіцистичних статей англomовних мультимедіа; розкрито специфіку літературних прийомів порушення хронотопу та комбінування кульмінацій, які застосовують у публіцистичних статтях стилю літературної журналістики (нон-фікшн); написано науково-методичний посібник для студентів III курсу з дисципліни «Англomовний професійний контент» (частина 1) та розміщено на ЕНК цього курсу; триває розроблення типології основних прийомів створення англomовного мультимедійного контенту стилю літературної журналістики (нон-фікшн) під час вивчення в Університеті Грінченка дисципліни «Англomовний професійний контент» та укладання англо-українського «Словника літературно-публіцистичних прийомів» (частина 1);

4) «Медіаімідж vs медіаобраз в українських реаліях»:

— за напрямом «Основні медіазнавчі поняття»: окреслено, зібрано й внесено до робочої таблиці Excel дефініції 10 термінів на позначення понять базового рівня за цим дослідженням, їх уніфіковано, відредаговано та впорядковано; триває подальша інвентаризація;

— за напрямом «Медіа як інструмент формування іміджу політика»: описано наявні механізми та етапи формування іміджу політика в проекції на президентську кампанію 2019 р.; здійснено контент-аналіз сайтів 5 телеканалів України, зокрема «1+1» (ТСН), «ICTV» («Факти»), «СТБ» («Вікна. Новини»), «5 канал» («Новини»), «112» («Новини 112»), та компаративний аналіз портрету Президента України за різними ЗМІ; визначено основні інструменти

формування позитивного іміджу; проведено соціологічне опитування 1100 респондентів за онлайн-анкетуванням із метою виявлення рівня довіри до Президента України В. Зеленського; результати узагальнено в наукових статтях (Досенко, 2019; Досенко, Погребняк, Хамедова, Соломатова, 2019);

— за напрямом «Медіаобраз як ментальний стереотип маніпулятивного впливу»: досліджено теоретичне підґрунтя використання стереотипних образів у медіатекстах, рівня їх впливу на свідомість споживача інформації; проведено експериментальне дослідження впливу маніпулятивних образів на свідомість споживача інформації; визначено основні інструменти формування медіаобразів на основі стереотипу «свій — чужий»; результати відображено у статті (Росінська, Журавська, Зикун, Гандзюк, 2019);

5) «Медіаплатформи комунікативної взаємодії»:

— за напрямом «Основні медіазнавчі поняття»: окреслено, зібрано й внесено до робочої таблиці Excel дефініції 5 термінів на позначення понять базового рівня за дослідженням «Медіаплатформи комунікативної взаємодії», їх уніфіковано, відредаговано та впорядковано; триває подальша інвентаризація;

— за напрямом «Комунікативні платформи соціальної взаємодії»: теоретично опрацьовано наукові підходи й термінологічний апарат до визначення нової платформи комунікативної взаємодії; проаналізовано різні види соціальних медіа / соціальних мереж та їхні відмінності від комунікативних платформ; проведено соціологічне опитування 457 респондентів (350 українських та 107 польських студентів) із метою окреслення феномена комунікативної платформи; результати узагальнено та описано в науковій статті (Досенко та ін., 2020);

6) «Медіаідтримка лідерів громадської думки в Україні»:

— за напрямом «Основні медіазнавчі поняття»: окреслено, зібрано й внесено до робочої таблиці Excel дефініції 5 термінів на позначення понять базового рівня за цим дослідженням, їх уніфіковано, відредаговано та впорядковано; триває подальша інвентаризація;

— за напрямом «Ранжування українських мас-медіа 2013–2019 рр.»: зібрано та систематизовано джерела; створено переліки критеріїв для вимірювання впливовості українських мас-медіа, телеканалів та інформаційних сайтів найвпливовіших у політичній тематиці; підготовлено зміни у змісті навчальної дисципліни «Аналітика інформаційного середовища» для студентів магістерської програми «Реклама

та зв'язки з громадськістю»; триває узагальнення результатів та написання статті;

7) «Журналістика рішень в Україні для сталого розвитку: медійні аспекти»:

— за напрямом «Основні медіазнавчі поняття»: окреслено, зібрано й внесено до робочої таблиці Excel дефініції 10 термінів на позначення понять базового рівня за цим дослідженням, їх уніфіковано, відредаговано та впорядковано; триває подальша інвентаризація;

— за напрямом «Соціальна відповідальність медіа в журналістиці рішень»: проаналізовано нормативно-правові документи, стратегії політики щодо сталого розвитку; створено анкету для студентів-журналістів із метою виявлення їхнього бачення сучасних глобальних проблем; досліджено проблематику соціальної відповідальності в телекомунікаціях, нові медіареалії в умовах штучного інтелекту та пандемії COVID-19 як «нової невизначеності»; підготовлено аналітичні матеріали для журналістського розслідування щодо «груп смерті», «Синій кит», «Червона сова» та ін.; створено аналітичний портрет потенційної жертви та реконструйовано медійну картину світу учасників таких груп; триває аналіз проблеми соціальної відповідальності медіа в журналістиці рішень; анкетування студентів-журналістів з метою виявлення їхнього глобального бачення проблем, які є репрезентацією завдань сталого розвитку; дослідження пропагандистських «картин світу» в соціальних мережах (фейки / діпфейки як динамічна реальність);

— за напрямами «Журналістика рішень і журналістика миру в українських інтернет-виданнях та вебресурсах Університету Грінченка», «Медійні аспекти проблематики сталого розвитку» дослідження лише розпочато.

У 2019 р. в Інституті журналістики з медіазнавчої проблематики розроблено такі електронні навчальні курси: «Семіотика медіатексту» (освітня програма бакалаврського рівня «Видавнича справа та редагування»); «Медіаграмотність: медіакультура, медіаосвіта» (освітня програма бакалаврського рівня «Журналістика»); «Сучасні медіакомунікативні технології» (освітня програма бакалаврського рівня «Видавнича справа та редагування»); «Соціологія та психологія управління медіа» (освітні програми магістерського рівня «Журналістика» та «Медіакомунікації»); «Основи виробництва медіапродукту» (освітні програми магістерського рівня «Журналістика» та «Медіакомунікації»); «Медіаконсалтинг» (освітня програма магістерського рівня «Видавнича справа та редагування»); зокрема, нові курси — «Крос-медійна журналістика», «Інтернет: медіабізнес»,

«Крос-медійний менеджмент», «Журналістські жанри мультимедійних ЗМІ», які було введено планом ще в 2017 р.; організовано й проведено 7 науково-практичних семінарів «Сучасне медіазнавство: теорія і практика» (2019 р.), V Всеукраїнську студентську науково-практичну конференцію «Бібліотека і книга у цифровому медіасвіті» (27 вересня 2019 р., Київ), «Форум із медіакомпетентності» для вчителів та психологів закладів загальної середньої освіти м. Києва (16 листопада 2019 р., Київ), на якому було запроваджено сертифікатну програму «Медіакомпетентність (базовий рівень)», засідання гуртка з медіаосвіти «Роль журналістів у попередженні кібербулінгу», зокрема секції «Медіапсихологія» Всеукраїнського форуму із соціальної психології (8 листопада 2019 р.).

2020 р. у межах теми наукового дослідження організовано й проведено онлайн під час Фестивалю науки такі заходи: круглий стіл «Реклама та PR у європейських медіа: актуальний досвід» (14 травня); круглий стіл «Нові форми діяльності інформаційно-бібліотечних установ в умовах дистанційної роботи» (19 травня); науковий семінар «Українська журналістика крізь призму суспільно-політичних процесів: історія та сучасність» (20 травня); науково-практичний семінар «Сучасне медіазнавство: теорія і практика» (21 травня).

Список використаних джерел

1. Воскобойнікова-Гузєва О.В. Цифрова гуманітаристика в системі вищої освіти Канади. *Неперервна професійна освіта: теорія і практика*. 2019. № 2. С. 58–62.
2. Горбенко Г.В., Іващенко В.Л., Нетреба М.М. Анімаційні технології: експериментальна модель навчання у вищій школі. *Педагогічна освіта: теорія і практика*. 2020.
3. Горбенко Г.В., Фруктова Я.С. Професійна медіаосвіта педагогів провідних країн Європи: історія та сьогодення. *Неперервна професійна підготовка фахівців в умовах формування спільного європейського освітнього простору*. Черкаси, 2020. С. 296–335.
4. Поліщук Т.І. Практико-орієнтований підхід у викладанні дисципліни «Бібліотечна журналістика» в Університеті Грінченка. *Вісник Книжкової палати*. 2019. № 5. С. 24–27.
5. Росінська О. Асоціативне поле концепту «інформаційна безпека» у дискурсі медіапсихологічної освіти студентів-журналістів. *Communications and Communicative Technologies*. 2020. № 20. P. 73–79.
6. Dosenko A., Luksel G., Synowicz A., Pohrebniak I., Shevchenko V. Communication Platforms: New Positions and Appointment. *International Journal of Management (IJM)*. 2020. Volume 11. Issue 3.
7. Dosenko A. Media as a Tool for Forming the President's Image (on the Example of the 2019 Election Process).

International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering. 2019. Vol. 9. Issue 1.

8. Dosenko A., Pohrebniak I., Khamedova O., & Solomatova V. Crime and Gender: Violence against women in the Ukrainian Press in the first half of the twentieth century. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. 2019. Vol. 8. Issue 3.

9. Netreba M., & Horbenko H. Development Education Project in Ukraine to Improve the Quality of Media Literacy: a Case of Mediaschool Grinchenko University. *EDULEARN20 Proceedings*. 2020a. P. 6849–6855.

10. Netreba M., & Horbenko H. Startup as a Diploma Master's Project: From the Idea to a Practical Implementation. *EDULEARN20 Proceedings*. 2020b. P. 6864–6868.

11. Rosinska O., Zhuravska O., Zykun N., & Gandziuk V. Stereotyped Media Images as a Method of Forming Delusions of Ordinary Consciousness. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. 2019. Vol. 9. Issue 1.

12. Voskoboinikova-Huzieva O., Masimova L., Vernyhora N. & Soshynska V. Digital Culture and Digital Media: Professional Competences. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE)*. 2020. Volume 9. Issue 3. P. 282–288.

References

1. Voskoboinikova-Huzieva, O. (2019). Tsyfrova humanitarystyka v systemi vyshchoi osvity Kanady. *Neperervna profesiina osvita: teoria i praktuka*, № 2, pp. 58–62 [in Ukrainian].

2. Horbenko, H., Ivashchenko, V., & Netreba, M. (2020). Animatsiini tekhnolohii: eksperymentalna model navchannia u vyshchii shkoli. *Pedahohichna osvita: teoria i praktyka (u drutsi)* [in Ukrainian].

3. Horbenko, H., & Fruktova, Ya. (2020). Profesiina mediaosvita pedahohiv providnykh krain Yevropy: istoria ta siohodennia. *Neperervna profesiina pidhotovka fakhivtsiv v umovakh formuvannia spilnoho yevropeiskoho osvitiinoho prostoru*, Cherkasy, pp. 296–335 [in Ukrainian].

4. Poloshchuk, T. (2019). Praktyko-orientovanyi pidkhyd u vykladanni dystsupliny «Bibliotechna zhurnalistyka»

v universyteti Grinchenka. *Visnyk Knyzhkovoi Palaty*, № 5, pp. 24–27 [in Ukrainian].

5. Rosinska, O. (2020). Asotsiatyvne pole kontseptu «informatsiina bezpeka» v dyskursi mediapsyholohichnoi osvity studentiv-zhurnalistiv». *Communications and Communicative Technologies*, 2020, № 20, pp. 73–79 [in Ukrainian].

6. Dosenko, A., Luksel, G., Synowiec, A., Pohrebniak, I., & Shevchenko, V. (2020). Communication Platforms: New Positions and Appointment. *International Journal of Management (IJM)*, Volume 11, Issue 3 [in English].

7. Dosenko, A. (2019). Media as a Tool for Forming the President's Image (on the Example of the 2019 Election Process). *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, Vol. 9, Issue 1 [in English].

8. Dosenko, A., Pohrebniak, I., Khamedova, O., & Solomatova, V. (2019). Crime and Gender: Violence against Women in the Ukrainian Press in the First Half of the Twentieth Century. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, Vol. 8, Issue 3 [in English].

9. Netreba, M., & Horbenko, H. (2020a). "Startup as a Diploma Master's Project: From the Idea to a Practical Implementation", *EDULEARN20 Proceedings*, pp. 6864–6868 [in English].

10. Netreba, M., & Horbenko, H. (2020b). Development Education Project in Ukraine to Improve the Quality of Media Literacy: a Case of Mediaschool Grinchenko University. *EDULEARN20 Proceedings*, pp. 6849–6855 [in English].

11. Rosinska, O., Zhuravska, O., Zykun, N., & Gandziuk, V. (2019). Stereotyped Media Images as a Method of Forming Delusions of Ordinary Consciousness. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, Vol. 9, Issue 1 [in English].

12. Voskoboinikova-Huzieva, O., Masimova, L., Vernyhora, N., & Soshynska V. (2020). Digital Culture and Digital Media: Professional Competences. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE)*, Volume 9, Issue 3, pp. 282–288 [in English].

Подано до редакції: 30.11.2020 р.

Прийнято до друку: 28.12.2020 р.

