

Дійсно, не можна нехтувати конкретикою, але при аналізі очевидним стає й інше: художній образ як поняття має в усіх проявах спільні риси. Так, „схопити“ зміст образу можна і в українців, і у китайців, незважаючи на суттєву різницю „призм“ бачення. „Спільні знаменники“, „точки сходу“ можливі за певних умов дослідження (при застосуванні певних наукових знарядь, позицій вивчення). Таким чином, розуміння українським народом видів мистецтва за будь-якої відмінності включається у загальне, світове видоутворення, але й робить свій суттєвий внесок у даний процес.

Висновки:

1. Потрібна певна корекція щодо видових „кордонів“ мистецтва у зв'язку з залученням конкретики історичного, національно-етнічного, соціального середовища.

2. Процеси видоутворення детерміновані, зокрема, психологією народу і усталеною структурою його мови.

3. Українська мова і культура цілковито вписуються у світові процеси. Включення національного (етнічного), на прикладі українського, є невід'ємним чинником вивчення процесів видоутворення у мистецтві.

4. Є необхідність синтезувати феноменологічний і традиційний підходи заради адекватності розуміння об'єктів, що вивчаються.

Список використаної літератури

1. Білецький П. О. Українське мистецтво другої половини ХУІІ - ХУІІІ століть / П. О. Білецький . - К. : Мистецтво, 1981. - 159 с., іл..
2. Гембарович М. Т. Скульптура та різьблення / М. Т. Гембарович // Історія укр. мистецтва : у 6 т. - К. : УРЕ, 1968. - Т. Ж - С. 126- 152.
3. Мальшев В. Н. Пространство мысли и национальный характер / В. Мальшев. - СПб. : Алетейя, 2009. - 408 с. - (Серія „Русский Мір“).

Стаття надійшла до редакції 26.08.2012

О.Р. Kodieva

TYPES OF ART IN THE CONTEXT OF WORLDVIEW UKRAINIAN PEOPLES

The problem of kinds of art is being analysed in the light of ethnic perception psychology. The central attention is being payed to perception of world by the Ukrainian people. This kind of perception is formed by national traditions and structures of language.

Key words: kind of art, ethnos, perception psychology, structures of language, art image, creating of culture.

УДК 655.426

В.О. Кудлай

РЕДАКЦІЙНО-ВИДАВНИЧА ДІЯЛЬНІСТЬ АВТОРА, РЕФЕРЕНТА ТА РЕДАКТОРА ЯК СКЛАДОВА КНИЖКОВОЇ КУЛЬТУРИ

В статті розглядаються традиційні види діяльності головних учасників редакційно-видавничого процесу – автора, референта, редактора. Редакційно-видавнича діяльність визначається як складова книжкової культури.

Ключові слова: редакційно-видавнича діяльність, книговидавництво, книжкова культура, книговидавнича культура, автор, референт, редактор.

Важко не погодитись з думкою українського дослідника-книгознавця

Л.П. Шендрівської про те, що розв'язання невирішених питань в сфері культури забезпечує зростання інтелектуального та духовного рівня суспільства [12, с. 256]. Книга є невід'ємною складовою світової культури, повсякчас залишається авторитетним джерелом інформації в усьому світі. Закономірним є незмінний інтерес науковців до проблем сутності, форм та складових книжкової культури та її базового компоненту – книговидавничої культури.

Метою статті є з'ясування особливостей одного з елементів книжкової культури, а саме, сучасного світового досвіду редакційно-видавничої діяльності на прикладі участі автора, референта та редактора у підготовці до опублікування наукової літератури.

Досягненню мети публікації сприятиме уточнення термінології досліджуваного питання. В наукових публікаціях можна знайти безліч авторських визначень, що стосуються культури редакційно-видавничої діяльності – «видавнича культура», «книжкова культура», «книговидавнича культура», «культура видання», «бібліологічна культура» тощо [2; 3; 5-9; 12; 14]. Але відкинемо синонімічні терміни та зупинимось на розгляді термінів «книжкова культура» та її елементу – «книговидавнича культура».

Оригінальне визначення поняття «книжкова культура» наводить С. Пайчадзе. Визначаючи співвідношення книжкової справи з книжковою культурою, він виходить, зокрема, і на її зв'язок з рівнем технологічного розвитку держави. На його думку, книжкова культура – це «рівень, досягнутий книжковою справою в поєднанні з історично сформованими традиціями і реаліями ставлення народу до книги (і друкованих видань в цілому) в конкретній країні (чи регіоні) на певному щаблі розвитку суспільства [9, с. 4]. По суті, книжкова культура є показником рівня технологічного розвитку держави та свідчить про інтелектуальний потенціал населення, в тому числі на окремих територіях його проживання» [3, с. 44].

Розуміння книжкової культури як частини культури суспільства подається в працях В.І. Гульчинського. Дослідник визначає книжкову культуру «як історично обумовлену громадську діяльність зі створення, розповсюдження, споживання та збереження книги й інших носіїв інформації. Через культуру суспільства з книжковою культурою пов'язані й її взаємообумовлюючі продуктивні сили і виробничі відносини, політична і юридична системи (соціальні інститути, організації та установи), певні форми суспільної свідомості людей» [5, с. 11].

Наведені визначення підтверджують доречність розгляду книговидавничих процесів та, зокрема, редакційно-видавничої діяльності в системі книжкової культури.

Проте в українській науці досі залишається малорозробленою проблема визначення змісту книговидавничої культури. В Законі України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» зустрічаємо визначення книговидавничої справи як складової частини видавничої справи – «сфера суспільних відносин, що поєднує в собі організаційно-творчу та виробничо-господарську діяльність юридичних і фізичних осіб, які займаються створенням, виготовленням і розповсюдженням книжкової продукції» [10].

Британські науковці Е. Гейзер, А. Долін та Г. Топкіс пропонують розглядати книговидавництво, головним чином, як бізнес і меншою мірою – мистецтвом і професією. Книговидавнича справа може бути непомітним або, навпаки, ефективним бізнесом. Цей бізнес можна вести морально або сумнівними способами, але успіх має той, хто оволодів культурою ведення справи [7, с. 2].

На нашу думку, книговидавнича культура - це сукупність накопичення, традиційно сформованих знань про організацію виробничих процесів, які пов'язані з редагуванням рукописів, виданням їх у формі книги та розповсюдженням книжкової продукції.

В нашій статті аналізується редакційно-видавнича діяльність на прикладі видавництв, що спеціалізуються на випуску фахової та наукової літератури. Хоча такі видавництва не мають явно виражених тематичних відмінностей від інших видавництв, проте установи цієї категорії фокусують свою увагу в першу чергу на науковій книзі, і характерні риси такої книги визначають природу редакторської діяльності, навіть якщо редактору час від часу доводиться працювати над книгою, яку важко визначити як наукову.

Перейдемо до розгляду культурних особливостей діяльності автора, референта та редактора.

Як відзначає Е. Гейзер, агентів, що представляють авторів наукових книг, стає більше, хоча їх кількість все ще недостатня для того щоб стверджувати про наявність певної культури діяльності таких спеціалістів у царині наукової книги. Середня книга цього профілю дає замало грошей, щоб виправдати видатки на витрачені агентом час і зусилля. Головними джерелами інформації про більшість наукових книг через це є автор, референт та редактор [7, с. 94].

Цікавою є думка Г. Грема, який стверджує, що окрім вчених, для яких характерним є синдром «публікація або смерть» і які часто жертвують своїм реноме заради якнайшвидшого опублікування своєї праці, фахові автори зацікавлені, головним чином, у тому, щоб їх робота отримала можливо більш широке розповсюдження у відповідних читацьких колах. Їх приваблює можливість зміцнити свій престиж, співпрацюючи з видавцем, в доробку якого є видання відомих творів у цій галузі знання. Позитивна репутація видавництва буде отримувати велику кількість авторських заявок. Деякі з них спрямовуються безпосередньо до того чи іншого редактора, який відомий автору хоча б за ім'ям, якщо не особисто. Автор, який візьме на себе приємну місію включити в передмову подяку редактору за його допомогу в роботі над книгою, може викликати цілу серію заявок на видання – від авторів з іменем до авторів-початківців [4, с. 132].

О.В. Бершов зауважує, що за світовими тенденціями найчастіше несподівані пропозиції надходять від людей, які лише починають свою діяльність в науковій сфері, значну кількість нових видань становлять дисертації (або монографії за результатами дисертаційних досліджень). Так, у США великі комерційні видавництва беруть до публікації порівняно небагато дисертацій, оскільки департамент, що відає присвоєнням вчених ступенів, зазвичай вимагає точного проходження методології, кількісних оцінок, а не абстрактного суб'єктивного теоретизування або політичних рекомендацій [1, с. 241]. Університетські видавництва більш охоче приймають дисертації, оскільки вони менше пов'язані з проблемами прибутковості, але, з іншого боку, вони зацікавлені у видавництві книг високої змістовної якості, тобто справжніх вузькоспеціальних дисертацій. Більшість дисертацій, що пройшли стадію підготовки до публікації, видаються у формі монографії.

Шанси на публікацію робіт молодих авторів не дуже великі. Рукопис досвідченого автора зі значною кількістю публікацій або члена якогось престижного наукового колективу буде розглядатися, у видавництві більш прихильно і швидше, ніж робота молодого автора без публікацій, що пояснюється в першу чергу тим, що колеги-науковці та бібліотекарі швидше за все будуть купувати книги, що написані авторитетним вченим. Що стосується продажу книги молодого автора, то перспективи тут вельми сумнівні, оскільки повідомлення у фахових журналах та реферативних виданнях, які могли б привернути увагу колег до новизни ідей, з'являються зі значним запізненням і потрапляють до читача після того, як книга вже вийшла з друку. Мало що додає до цього техніка просування книги і реклами в більшості видавництв, що випускають фахову літературу. Вона в основному поширює інформацію про те, що

книга є в наявності, але майже нічого не робить для збільшення обсягу продажів. «Книжкова реклама надає сподівання на те, що аудиторія з'явиться сама собою там, де її просто не існує» [13, с. 48].

У відповідь на заперечення молодих вчених і спеціалістів проти подібного становища видавництва стали керуватися таким принципом: спочатку молодим авторам варто спробувати опублікуватися у фахових журналах, які є більш доступними. І таким чином, маючи 3-4 публікації у відомих журналах, вони вже не будуть вважатися новачками [11, с. 74].

Хоча багато комерційні видавництва нині не приймають до читання рукописи, що подаються автором самостійно, без попереднього запиту, видавництва фахової літератури проте цю практику продовжують. Частково вони йдуть на це через те, що, власне кажучи, процес відсіювання все ще «працює»: вважається, що навряд чи хто набереться сміливості і навряд чи комусь вдасться отримати підтримку від свого наукового керівника, щоб представити в одне з авторитетних видавництв неякісний рукопис автора-початківця або роботу маловідомої наукової школи. Проте найбільш поширеним джерелом книг для публікації служить не потік ініціативних пропозицій, а поради референтів.

Автори вже опублікованих книг, відомі вчені, які співпрацюють з певним видавництвом і є фахівцями з тих проблем, які розробляються в книзі, і навіть колеги редактора з інших видавництв – всі вони вважаються безцінним джерелом надходження рукописів, які заслуговують опублікування [6, с. 247]. Звичайно, частина рукописів з причин, описаних вище, буде відкинута, але рекомендації авторитетного вченого або довіреної радника безумовно змусять видавництво поставитися до рукопису більш уважно і критично.

За спостереженнями Г. Грем, іноді процес реферування переростає в редагування книжкових серій. Провідний редактор знаходить фахівця, який добре знає сучасний стан розробки з означеної галузі науки, знайомий зі здібними молодими вченими і може переконати і корифеїв, і молодь написати щось для даного видавництва. Цей фахівець – редактор серії, який отримує невеликий відсоток від гонорару (у книговидавничій мові закріпився термін «оверрайд», що позначає винагороду), складає кваліфікований висновок за рукописами, поданими авторами для серії. Редактор серії, зазвичай швидко та енергійно працює, має хороші контакти і вміє оцінювати рукописи, – дуже корисним є помічник головного редактора, особливо якщо останній є новачком у аналізованій проблематиці. Але ця ж людина може додати і негативного впливу на процес формування серії, якщо використовує своє становище, щоб звести рахунки з колишніми колегами, учнями або щоб просунути свою наукову школу [4, с. 138].

Референтами можуть бути і співробітники інших відділів видавництва. Чільне місце серед них займають ті, що регулярно відвідують різні університети (наприклад, якщо видавництво – це велике комерційне підприємство, що має відділ підручників для вищих навчальних закладів). Справа в тому, що досвід, який набувають ці торгові представники, дозволяє їм надалі працювати редакторами наукових книг або підручників. Багато хто з комівояжерів витрачають частину свого часу в подорожах коледжами для того, щоб відточувати (і демонструвати) свою майстерність у відборі рукописів, що є перспективними для видання. Е. Гейзер підкреслює, що «коли перед редактором відділу підручників або редактором комерційної літератури з'являється автор з повністю і професійно підготовленим рукописом, яке видавництво не замовляло, можна сміливо стверджувати, що автор має друга в сусідньому відділі або в сусідньому видавництві» [7, с. 95].

Книговидавці достеменно знають, що найбільш продаваним книгам «первісний поштовх» надає редактор. Він «шукає» книгу двома шляхами. Перший шлях – в

буквальному сенсі пошук рукопису в найбільш вірогідних місцях, де він може знаходитися або в процесі створення, або в стадії обмірковування. Другий шлях пов'язаний з народженням ідеї нової книги самим редактором і переконанням відповідного автора написати її [13, с. 49].

Найбільш імовірним місцем, де можна знайти наукову роботу для публікації, є, напевне, університети та інші організації, які або самі ведуть дослідження, або фінансують вчених. Редактори наукової літератури витрачають багато часу на обговорення з науковцями та з їх професійними асоціаціями. Ця проблема є актуальною і для редакторів університетських видавництв, які до останнього моменту можуть тільки очікувати, коли їх науковці запропонують рукопис. Редактори монографічних видавництв називають столицю своєї держави другим домом, оскільки багато з тих книг, які вони видають, народжуються під заступництвом урядових або наближених до уряду організацій [1, с. 83].

Редактори фахової літератури постійно шукають інформацію про дотації, що виділяються на ті чи інші дослідницькі проекти, тому що їхня реалізація може призвести до появи перспективних книг, а іноді викликати потребу у великих за обсягами і добре оплачуваних довідкових роботах, над якими видавці наукової літератури працюють з високою мотивацією. Приклад наводить Г. Грем – «автор огляду навчальних планів інститутів кримінального права в межах одного з великих дослідницьких проектів вступає в контакт з багатьма провідними спеціалістами цієї галузі і тому має чудову можливість скласти довідник на тему «Злочин і кара» на основі статей, отриманих від цих фахівців» [4, с. 138].

І нарешті, більшість редакторів вважають, що необхідно уважно стежити за фаховими журналами, навіть за газетами і прикладними журналами, де нерідко публікують інформацію про людей, що виконують цікаві роботи. Не слід забувати і про «класику» наукової та фахової літератури, яка вже вийшла з продажу, але може перевидаватись з прибутком [8].

Випадкова знахідка дає, безумовно, особливе задоволення, проте кожен редактор знає, що немає такого поняття, як чисте везіння. Редактору доводиться весь час бути напоготові, реагувати на будь-яку побіжно сказану фразу, щоб побачити ключ до майбутньої книги. Викликає інтерес представлена Г. Гремом у своїй публікації історія редактора одного з комерційних видавництв, який, знаходячись під час «розвідки» в одному з університетів, випадково почув про те, що група авторів з іншого університету підготувала багатотомну енциклопедію. «Він швидко зателефонував, потім сів у літак і через кілька годин вже запаковував практично закінчену рукопис високої якості з додатком до неї гарантій крупної корпорації закупити кілька тисяч примірників. Через деякий час редактор сам називав це «щасливим випадком», але ж факт залишається фактом: він перебував в епіцентрі подій, він уважно слухав, він розпізнав значення проекту, коли почув про нього, діяв без зволікання і рішуче, і, нарешті, йому вдалося переконати авторів прийняти його пропозицію» [4, с. 147].

Під час візитів в університетські містечка та інші місця, де можуть бути потенційні автори, редакторів фахової книги часто чекають теплі прийоми. Вони, наприклад, мають велику перевагу перед редакторами підручників. Підручники пишуть автори, які загалом зацікавлені отримати гонорар за свою працю, тоді як наукова книга – це плід багатьох років досліджень і роздумів над предметом дослідження, іноді підсумок усього життя [11, с. 75].

Редактори професійної літератури, однак, менш схильні ініціювати ідеї та переконувати автора зробити з ідеї книгу. Тим не менше в сфері видання фахової літератури є значні можливості, щоб проявити творчу активність. Наприклад, редактор припускає, що вчений, зайнятий дослідженнями з однієї з фундаментальних наук, вже

накопичив певний матеріал для книги про практичне застосування його відкриттів або про методологію дослідницького процесу, не чекаючи, коли він відкриє другу теорію відносності. Редактор може придумати, яким чином цікава лекція розгорнеться в захоплюючу книгу. Якщо редактор не вважатиме за працю дізнатися побільше про потенційних авторів з чисто людської сторони, то помітить, що часто вони виявляються дуже цікавими і широко освіченими людьми. Іноді редактор може розгледіти істотні достоїнства в рукописі, який при заявці, здавалося, не представляв ніякого інтересу. Вельми результативною буває творча діяльність редактора, коли на його частку випадає виявити «білу пляму» в довідковій літературі з обраної області знання і переконати вченого, а більш імовірно, групу вчених, створити довідник, енциклопедію, пам'ятку читачеві або інший подібний їм довідковий посібник, що, як сподівається видавець, буде дорогим і продаватиметься протягом декількох років [6, с. 251].

Отже, можна підсумувати, що випуск книг видавництвом наукової літератури тісно пов'язаний з навчальними програмами закладів вищої освіти, незалежно від того, випускає це видавництво підручники чи ні. Учені є і головним джерелом рукописів, і основними покупцями. Найпершим ресурсом провідного редактора залишається його знання сучасного стану розробки галузі науки – тенденцій, великих імен і науково-дослідних центрів, поточних проблем, які аналізують науковці. До числа ресурсів відносяться друзі і знайомі, на чії рекомендації редактор може розраховувати. У зв'язку з цим провідні редактори приречені на постійне служіння своїй науковій дисципліні, а найчастіше і суміжних дисциплін. У той же час редактору немає необхідності бути експертом у своїй науковій галузі; більшість редакторів мають спільну підготовку в галузі гуманітарних наук, а відносно невелика кількість – вчені ступені. Але якщо редактор присвятив себе якійсь дисципліні, то він повинен постійно поповнювати запас знань, бути в курсі розвитку науки і, головне, неухильно розширювати мережу своїх контактів [7, с. 96].

Уміння створити таку мережу є по суті найбільш важливою рисою для атестації редактора. Редактор повинен вміти сформувавши коло рецензентів і консультантів, до яких він міг би звертатися за інформацією про нові напрями у розвитку певної наукової сфери. Це мають бути люди, достатньо кваліфіковані, здатні оцінити придатність представленого рукопису до видання. Їх кваліфікацію відрізняє не тільки знання предмета, але і здатність більш-менш об'єктивно прокоментувати роботу за окремими критеріями так, щоб кризь зроблені оцінки не надто виявлялися наукові уподобання рецензента. Ідеальний рецензент, крім аналізу, повинен також дати рекомендації, які допоможуть зробити з рукопису книгу з високим попитом. Коло рецензентів і консультантів редактор з часом вдосконалює і розширює. Редактори університетських видавництв мають можливість встановлювати безпосередні контакти і тісні творчі стосунки з професорами різних кафедр університету.

Техніка формування мережі інформантів аналогічна тій, яку застосовують під час складання списку видань, що випускаються. Насправді, рецензенти і консультанти часто є джерелом вдалих для опублікування рукописів. Провідний редактор проводить багато часу в університетських містечках, урядових установах і в інших організаціях, де можуть бути потенційні автори або інформанти. Редактори беруть участь у професійних зустрічах, ретельно переглядають спеціалізовану пресу, каталоги коледжів, бібліографічні списки нових книг і ведуть гігантське листування. В цьому роботі редактора наукової літератури дуже схожа з діяльністю редактора навчальних книг, і стає зрозумілим, чому багато редакторів наукових книг починали свою кар'єру або з продажу підручників, або з редакційного відділу з їх підготовки.

На наш погляд, подальше дослідження структури книговидавничих процесів в системі книгознавчої культури дозволить інтенсифікувати розвиток теорії вітчизняного

книгознавства.

Список використаної літератури

1. Бершов О.В. Книговидавнича справа в Сполучених Штатах Америки (порівняльно-системний аналіз) : дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / О.В. Бершов ; Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. – К., 1999. – 203 с.
2. Гальченко М.Г. Книжная культура. Книгописание. Надписи на иконах Древней Руси : избр. работы / М.Г. Гальченко. – СПб. : Алетей, 2001. – 495 с.
3. Грипич С. Книжкова культура як складова сучасної духовної культури / С. Грипич // Вісник Книжкової палати. – 2012. – №1. – С. 44-47.
4. Грэм Г. Книжный бизнес : Практика книгоиздания и кн. торговли / Г. Грэм; пер. с англ. М. В. Дьячкова. – М. : РосКонсульт, 1999. – 282 с.
5. Гульчинский В.И. Книжная культура и ее источники / В.И. Гульчинский // Шестая всесоюзная научная конференция по проблемам книговедения : тез. докл. – М., 1988. – С. 11-13.
6. Жалко Т. Культура української книги: сучасна книговидавнича концепція / Т. Жалко // Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах: збірник наукових праць : 10-річчю кафедри українознавства присвячується / М-во освіти і науки України, Нац. авіаційний ун-т. - К., 2009. – Вип. 17. – С. 242-252.
7. Книгоиздательский бизнес: сб. статей / Под ред. Э. Гейзер, А. Долин, Г. Топкис; пер. с англ. Б. Ленского. – М.: СП «Бук Чембер Интернешнл», 1993. – 464 с.
8. Мильчин А.Э. Культура издания, или Как не надо и как надо делать книги : практ. рук. / А. Э. Мильчин. – М. : Логос, 2002. – 223 с.
9. Очерки истории книжной культуры Сибири и Дальнего Востока. Т. 1 : Конец XVIII – середина 90-х годов XIX века / Гос. публич. науч.-техн. б-ка Сиб. отд-ния Рос. акад. наук. – Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2000. – 316 с.
10. Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні: Закон України за станом на 06.03.2003 / Верховна Рада України. – 2003. – № 24. – Ст. 162.
11. Радченко А.И. Анализ проекта «Научная книга» Национальной академии наук Украины / А.И. Радченко // Научное книгоиздание и книжная культура на пространстве СНГ : материалы Междунар. науч. форума (Москва, 24-25 нояб. 2010 г.) / Междунар. асоц. акад. наук. - М. : Наука, 2010. - С. 74-76.
12. Шендрівська Л.П. Книговидання та книгопоширення в контексті культурних індустрій / Л.П. Шендрівська // Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: проблеми науки, освіти, практики: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 19-21 травня 2009 р. / Державна академія керівних кадрів культури і мистецтв. Інститут держ. управління та інформаційної діяльності / М.С. Слободяник (ред.кол.) – К. : ДАКККіМ, 2009. – С. 256-259.
13. Шрайберг Я.Л. Библиотеки, издатели и книготорговцы в едином информационном поле: новая идеология и новая технология / Я.Л. Шрайберг // Научные и технические библиотеки. – 2001. – № 1. – С. 46-55.
14. Энциклопедия книжного дела / Ю. Ф. Майсурадзе и др. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юристъ, 2004. – 634 с.

Стаття надійшла до редакції 26.08.2012

V. O. Kudlay**PUBLISHING BUSINESS OF AUTHOR, ASSISTENT AND EDITOR
AS A COMPONENT OF BOOK CULTURE**

The article is devoted to the traditional activities of the main participants in the editorial and publishing process - author, reporter, editor. Publishing is defined as a part of book culture.

Key words: *publishing, book publishing, book culture, publishing culture, author, assistant, editor.*

УДК 930.2(477)“16/17”

Ю.М. Нікольченко, Т.М. Нікольченко

ДЖЕРЕЛОЗНАВЧИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІТОПІСУ САМІЙЛА ВЕЛИЧКА

Різномірно аналізуються джерела видатного твору козацького літописання XVII-XVIII століть, унікальної пам'ятки української барокової культури – Літопису Самійла Величка.

Ключові слова: *українське козацтво, українська барокова культура, Літопис Самійла Величка, джерела.*

Літопис Самійла Величка – визначна пам'ятка української барокової культури кінця XVII-початку XVIII ст. – відома літературознавцям, історикам, культурологам та широкому загалу поціновувачів уже з 1864 р. коли було завершено його друк за рішенням Київської археографічної комісії для розгляду давніх актів. Його досліджували видатні вітчизняні та зарубіжні вчені: М. Костомаров, М. Максимович, М. Погодін, Г. Карпов, М. Грушевський, Д. Багалій, Д. Яворницький, С. Соловйов, Д. Чижевський, О. Левицький, В. Іконніков, І. Франко, Д. Дорошенко, М. Петровський, М. Возняк, Я. Дзира, Д. Лихачов, Ю. Луценко, Д. Наливайко, М. Марченко, В. Шевчук, В. Соболев та інші.

Відомо, що наприкінці 40-х років XIX ст. як член археографічної комісії з рукописом Літопису був ознайомлений Т. Шевченко. Він писав О. Бодянському: «Спасибі тобі за літописи, я їх вже напам'ять читаю, оживає мала душа моя, читаючи їх. Спасибі тобі» [21, с. 286].

Але до сьогодні залишається дискусійною проблема, пов'язана з конкретним визначенням джерел, які використав Самійло Величко в процесі роботи над своєю працею. З огляду на те, що Літопис представляє собою значний набуток української історико-мемуарної прози [13, с. 18], це питання, на нашу думку, залишається не тільки важливим, а й актуальним. Отже, метою статті є з'ясування джерельної бази, яка слугувала основою для написання твору, а від того – визначення його документальної значущості.

Оригінал рукопису (зберігається у Санкт-Петербурзі в Російській національній бібліотеці) був придбаний М. Погодіним в 1840 р. у відомого російського колекціонера І. Лаптева. Бажання надрукувати Літопис виявили М. Максимович і О. Бодянський, але зібрати кошти для цього не змогли, і М. Погодін передав права на його видання Київській археографічній комісії, яке було здійснено протягом 1848-1864 рр. В 1991 р. Літопис з вступною статтею, відповідними коментарями, географічним та іменним покажчиками, ілюстративним матеріалом, виконаними В. Шевчуком, вперше побачив світ українською мовою [2; 3].

Повний оригінальний текст Літопису зберігся із значними пошкодженнями: найбільше постраждав перший том, що обіймає події 1595-1659 рр.; є непоправні втрати у другому і третьому томах, які охоплюють період з 1660 по 1700 рр. У процесі підготовки твору до видання прогалини були заповнені матеріалом з іншого твору С. Величка – «Космографії». Збереглася пізніша копія пам'ятки, яка, ймовірно, була