

КНИЖКОВА КОМУНІКАЦІЯ В ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКОЇ ДІАСПОРИ В КАНАДІ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД)

У статті проаналізовано поняття “книжкова комунікація”, “видавнича комунікація” як сегмент інформаційно-комунікаційної діяльності української діаспори в Канаді в повоєнний період.

Ключові слова: книжкова комунікація, видавнича комунікація, інформаційно-комунікаційна діяльність, українська діаспора.

Книжкова комунікація завжди сприймалася як потужний інструмент цивілізаційного прогресу, духовного й інтелектуального розвитку суспільства. Як зазначає В. Маркова, за свою давню історію вона сформувалася “як система інституцій, що відповідають за створення і поширення суспільно значущої інформації в часі та просторі. В умовах збільшення обсягу інформації книжковій комунікації все важче долати технічні бар’єри на шляху руху повідомлення від автора до читача. Поширення ж нових засобів комунікації сприяло подоланню цих перешкод, однак, створило технологічну загрозу книжковій комунікації в трансляції основних смислів” [1, с. 3].

Розгляд книги в межах соціокомунікативного підходу репрезентував її як комунікаційний канал (А. Соколов, Г. Швецова-Водка), комунікаційний (комунікативний) засіб (В. Ляхов, М. Червинський), комунікативний спосіб (А. Беловицька, Є. Немировський). Проте В. Маркова обґрунтувала той факт, що такий підхід відображає сутність комунікативної природи книги, але дещо однобічно, педалюючи технічний бік процесу, а книга є нерозривною єдністю матеріального й духовного, тому розгляд її як каналу, способу, засобу комунікації порушує цю єдність, акцентуючи увагу тільки на її матеріальній складовій. Натомість дослідниця пропонує для з’ясування сутності книжкової комунікації розглянути книгу саме як суб’єкт комунікації, який активно впливає на репрезентацію змісту повідомлення, що дає змогу зосередити увагу на аксіологічному складнику книжкової комунікації. Тож за визначенням ученої, книга є культурно-історично зумовленою стабільною формою передачі зафіксованого на матеріальному носіїві, зазвичай, соціально значущого семантичного повідомлення від автора до читача, яка активно впливає на репрезентацію його змісту [1, с. 15].

Інформаційно-комунікаційна єдність будь-якої нації має повний вимір тільки за умови врахування її комунікаційних каналів не лише на території держави, а й за її межами. Українська еміграційна громада завжди (особливо в повоєнний період) розуміла важливість національно-патріотичного дискурсу в контенті ін-

формаційно-комунікаційних складників (часописів, музеїв, архівів, конференцій, бібліотек, документального та художнього кіно, книговидавання, освітніх і наукових закладів, різноманітних організацій, товариств, виховних домів тощо), які були “вчленовані в загальний струм канадійського життя й є тільки національною клітиною в канадійській мозаїці, сповняючи обов’язки для себе як спільноти та для держави, в якій може дати вияв своїм національно-культурним вартостям” [2, с. 236]. А одним із потужних сегментів інформаційно-комунікаційної діяльності завжди була “книжкова комунікація” (за В. Марковою) [1].

Отже, актуальність дослідження полягає в необхідності окреслення пошукового поля, складників та функцій книжкової комунікації в контексті інформаційно-комунікаційної діяльності української діаспори у повоєнний період, зокрема еміграційної громади українців у Канаді. Оскільки попри масив досліджень, констатуємо, що власне видавнича комунікація як унікальна та самодостатня підсистема соціальних комунікацій, її генеза та практика застосування українців за кордоном залишаються поза полем спеціального наукового аналізу.

Мета статті – проаналізувати книжкову комунікацію в інформаційно-комунікаційній діяльності (на прикладі української діаспори в Канаді у повоєнний період). Для реалізації поставленої мети необхідно виділити такі завдання: 1) висвітлити теоретичний аспект поняття “книжкова комунікація”, “видавнича комунікація”; 2) проаналізувати книжкову комунікацію як сегмент єдиного інформаційно-комунікаційного простору нації; 3) репрезентувати досвід книговидавання українців у Канаді в повоєнний період у контексті їх інформаційно-комунікаційної діяльності.

Проте, на думку Ю. Бондаря, таке поняття не виправдано звужує коло об’єкта дослідження та ігнорує як комунікаційні інструменти інші, окрім книжкових, види видавничої продукції, а отже, не дає змоги повно та об’єктивно визначити роль і можливості видавничої справи в комунікаційному процесі, зокрема применшують “соціоінженерну роль видань, їхнє значення як засобу комунікації та механізму соціалізації, цільового впливу на індивіда й соціум з метою форматування суспільних алгоритмів

розвитку” [3, с. 3]. Отже, як робочу дефініцію приймаємо запропоноване визначення Ю. Бондаря: видавнича комунікація – це встановлення комунікаційних зв’язків за допомогою друкованої (книжкові, аркушеві видання тощо) та іншої видавничої продукції (окрім преси, яку виносимо за поле дослідження); поширення й використання видавничої продукції у процесі комунікаційної діяльності [3, с. 4]. Разом із тим вважаємо доцільним використовувати й термін “публікаторство” на позначення “діяльності зі створення та поширення видавничих продуктів інформаційно-комунікаційного характеру і змісту, що використовуються комунікатором з метою встановлення й підтримання суспільних комунікаційних зв’язків, а також для здійснення цільового інформаційного впливу на споживачів контенту в процесі суспільно-політичної практики; усне, зображальне, письмове чи в інший спосіб поширення інформації різними комунікаційними каналами з тією самою метою” [3, с. 4]. Основною складовою видавничої комунікації (серед інших друкованих комунікаційних засобів – календарів, плакатів, афіш, листівок, грошових знаків, поштових марок, видань на непаперових носіях інформації тощо) є книга, що реалізує дворівневий вплив на учасників комунікаційного процесу: 1) за допомогою контентних елементів (форма, формат, структура, ілюстрації, текст тощо); 2) можливістю забезпечувати діахронічно-синхронічний, часово-просторовий комунікаційний зв’язок між поколіннями. У національно-патріотичному дискурсі видавнича комунікація часто є інструментом ідеологічних змагань, суспільно-політичних дискусій. Із таких міркувань впливає можливість вважати книжкову комунікацію складовою комунікації видавничої.

До того ж, як “індустріальний продукт” цей вид видавничої продукції активізує національне самоототожнення, поширюючись у сфері освіти, науки, виробництва, професійного та іншого середовища тощо, сприяє створенню єдиного інформаційно-комунікаційного простору нації, враховуючи інформаційне поле діаспори, для якої такий чинник на різних етапах історичного розвитку часто ставав визначальним. Під час такого обміну інформацією створювалися спільні соціальні смисли, “запрограмовані інформаційними та іншим технологіями і поширені в тім числі через видавничі канали, – своєрідні комунікаційні коди, які “комунікатороводи” активізують, до яких апелюють і завдяки яким маніпулюють комунікатором чи комунікативними соціумними групами” [3, с. 5], виконуючи при цьому інформаційну, апріорно-комунікаційну, когнітивно-трансформаційну роль, виступаючи своєрідною формою кодування й спрямування (детермінування) людської поведінки, формування суспільних зв’язків та зумовлення комунікативних дій людини. У цьому контексті актуальним є моніторинг “смыслових” загроз, вживання заходів видавничої безпеки.

Отже, видавнича комунікація є “чинником процесів трансформацій тоталітарних та авторитарних держав. Не менш важлива її роль також і у становленні постіндустріальних (інформаційних) суспільств, формуванні ціннісних орієнтирів, засад правової, демократичної політичної й комунікаційної культури та розвинутого громадянського суспільства, забезпеченні інформаційних прав і свобод громадян, які слід розглядати в контексті, безсумнівно, національних та глобальних світових процесів” [3, с. 4]. Останні події в Україні активізували маркери повоєнної преси української діаспори: наприклад: “Слава Україні! Героям слава!”, “бандерівець”, “малоросія” тощо, які й досі викликають суперечливі інтерпретації. У зв’язку з цим аналіз україномовної преси, друкованих ЗМК діаспори є особливо актуальним для сприяння консолідації українців. Користуючись досвідом минулого, можемо з’ясувати певні особливості формування, функціонування діаспорних видань, їх роль у формуванні масової свідомості, оскільки процеси демократизації в Україні відбувалися й відбуваються без впливу друкованого спадку українців за кордоном.

Прикладом активної книговидавничої діяльності є видавнича комунікація повоєнної української діаспори в Канаді.

Як зазначає М. Тимошик, українське друкарство в Канаді започатковували не професіонали, а ті, хто цікавився рідним словом та дбав про духовний розвиток своєї громади. Тож дискусійним залишається питання, яка українська книжка на канадській землі є першою: “Християнський Катехизм” (1904 р.), “Учебник англійської мови” (1904–1905 рр., про яку як про першу книжечку в канадській Україні зазначалося в газеті “Канадійський Фармер” за 1906 р.) [4, с. 428–429].

Повоєнна доба відзначається не тільки на маркуванні української діаспори в Канаді – “політична еміграція”, а й на соціальних смислах контенту засобів масової комунікації.

“У результаті поразки національно-визвольних змагань Україну назавжди полишали найбільш свідомі, найосвіченіші громадяни, хто не міг прийняти нової тоталітарної системи, хто рятувався від насильної репатріації до Радянського Союзу в численних еміграційних таборах англійської та американської зон окупації Західної Німеччини після завершення Другої світової війни. Отож, за океан виїхали сотні, тисячі діячів літератури, науки, мистецтва, які на нових місцях свого поселення, в умовах потужного оживлення організаційної діяльності української спільноти, незабаром ставали каменярями духовної творчості й громадянської позиції свого народу. Вони, вже на професійному рівні, поповнили і скріпили ряди редакторів, видавців, журналістів, друкарів, які в піонерську добу формувалися із одержимих цією справою самоуків. Українська видавнича продукція цього періоду зростає і кількісно, і якісно” [4, с. 434].

Книговидання охоплювало різні тематичні напрями, сфери діяльності тощо. На сьогодні у цьому можна без перешкод пересвідчитися завдяки сучасним електронним архівам, електронним бібліотекам (віртуально-комунікаційний простір), які є інформаційно-акумуляційними центрами культурної спадщини нації, включені до сегменту інформаційно-комунікаційного простору, освітньої політики, що свідчить про консолідацію складових національної ідентичності у процесі формування єдиної національної спільноти. Прикладом може бути Проект зі збереження інтелектуальної спадщини української еміграції у м. Запоріжжя "Diasporiana" (режим доступу: diasporiana.org.ua/), що містить величезний шар інформації книжкових, періодичних та неперіодичних видань, зокрема й українців у Канаді, який з об'єктивних і суб'єктивних причин залишається невідомим не тільки широкій громадськості, але й науковцям. Друковану продукцію запропоновано за такими категоріями: Українська ідеологія, Історія, Дитяча література, Драма, Літературознавство, Мемуари, Мистецтво, Мовознавство, Періодика, Поезія, Політологія, Проза, Релігія, Словники, Довідники, Фольклор, Різне. Серед цікавих публіцистичних розвідок знаходимо й такі: Зибачинський-Орлан О. Меч духа: Коментар / О. Зибачинський-Орлан. – Вінніпег, 1980. – 111 с.; Сосновський М. Між оптимізмом і песимізмом / М. Сосновський. – Нью-Йорк – Торонто : Наукове Товариство ім. Шевченка, 1979. – 735 с.; Костюк Г. На магістралю доби (статті на суспільно-політичні теми) / Г. Костюк. – Торонто – Балтимор : Смолоскип ім. В. Симоненка, 1983. – 292 с.; Гирський Д. Дивні спроби виправдання антидержавної політики / Д. Гирський. – Торонто : Батьківщина, 1973. – 184 с.

Так, М. Тимошик виокремив тематичний репертуар книговидавничої діяльності українців у Канаді: 1) класика "краєвої" літератури (О. Кобилянська, І. Нечуй-Левицький, Леся Українка, І. Франко Т. Шевченко та ін.); 2) науково-популярні твори з історичного минулого свого народу (це передусім заборонені в радянській Україні праці М. Грушевського, М. Драгоманова, М. Костомарова, І. Огієнка); 3) українські переклади світової літератури (найбільш показові – кілька випусків арабських оповідань "Тисяча й одна ніч", роман "Вогнем і мечем" Г. Сенкевича тощо); 4) навчальна література для вивчення української мови передусім маленькими українцями, народженими вже в Канаді (наприклад, "Український повістковий Буквар" у двох книжечках Миколи Матвійчука, що виходив кількома виданнями у 40–50-х рр. ХХ ст.; читанки для початкових класів недільних українських шкіл, найпопулярнішими з яких були ті, що створив Петро Волиняк, а – "Барвінок", "Дніпро", "Київ"); збірки оповідань, віршів, написаних уже канадськими українцями (цей видавничий блок пізніше отримує назву "Українська література Канади"); різноманітні

календарі як додатки до періодичних друкованих органів ("Календар "Українського Голосу" (з 1914 р.), "Календар-альманах "Нового Шляху" (з 1931 р.) тощо); 5) наукова продукція Української Вільної Академії Наук (з 1949 р. місцем свого осідку президія УВАН обрала канадський Вінніпег. Лише протягом перших десяти років діяльності цієї наукової інституції на канадській землі накладом УВАН було видано у Вінніпезі понад 30 випусків наукових розвідок із серії "Славістика", як от В. Чапленко "Пропащі сили: українське письменство під комуністичним режимом. 1920–1933"), О. Войценко "Матеріяли до франкіани в Канаді" та ін.; 6) твори письменників, науковців, політичних і громадських діячів з радянської України, заборонені більшовицьким режимом, антирадянський самвидав (І. Дзюба, В. Мороз, В. Симоненко, В. Стус) [4, с. 434–436].

Одна з характерних тенденцій повоєнного періоду – перенесення на канадські терени діяльності українських видавництв, які до 1939 р. діяли на Галичині чи під час війни й після – у Західній Європі. Найбільш показовим у цьому плані є видавництво "Наша Культура", що діяло під керівництвом професора І. Огієнка (пізніше – митрополита Іларіона) з 1947 р. ("неперіодичне видавництво, головне з ділянки української культури, історії, мови та красного письменства. Щомісяця виходить одна книжка по найдешевшій ціні" [4, с. 438]) та протягом першого десятиліття роботи видало 29 написаних у Канаді творів митрополита Іларіона. Ретрансляція національно маркованих дискурсів відбувалася завдяки таким ґрунтовним історичним монографіям цього видавництва, як "Іконоборство", "Поділ єдиної Христової церкви і перші спроби поєднання її", "Українська церква за Богдана Хмельницького. 1547–1557", "Українська церква за часів Руїни. 1657–1687", "Преподобний Іов Почаївський", "Книга нашого буття на чужині" та ін. [2, с. 439]. Декілька друкованих періодичних видань є так само заслугою цього видавництва: "Слово Істини" 1947–1951 ("народний місячник духовної культури й рідної мови"), "Наша Культура" (1951–1953, із заявкою у програмі наукових й науково-популярних статей з усіх ділянок української духовної й матеріальної культури: літератури, історії, історії церкви, мистецтва, філософії, богослов'я, театру, мовознавства, етнографії, права, археології, педагогіки, архітектури тощо; коротких споминів з нашого недавнього минулого; критичних оглядів наукових праць і літературних новин), "Віра й Культура" (з 1954 р. стає "органом Українського наукового богословського товариства", з 1974 р. річником Наукового богословського товариства імені митрополита Іларіона (Огієнка)) [2, с. 437–442].

Видавництво Івана Тиктора у Канаді з 1948 р. вдається до масштабного проекту – перевидання фундаментальних львівських першодруків – "Великої історії України", "Історії

українського війська” та “Історії української культури”, створення “Клубу Приятелів Української Книжки”, з маркою якого побачили світ декілька серійних видань протягом 1949–1952 рр.

“Добра книжка” (Торонто, 1952 р.) – видавництво, фінансоване переважно українською католицькою громадою, протягом 1948–1949 рр. випускало кварталник “Життя і Слово”, переклади та оригінальні твори релігійної та історичної тематики.

Видання першого самостійного українськомовного часопису в Канаді “Український Голос” пов’язане з видавництвом “Тризуб” (сучасна назва “Української Видавничої Спілки” з 1948 р.). Два найвагоміші проекти цієї Спілки, як зауважує М. Тимошик, є видання повного “Кобзаря Тараса” Т. Шевченка з упорядкуванням, ґрунтовними науковими коментарями і примітками Леоніда Біленького (до речі, за ініціативою президента “Тризубу” Анни Фігус-Ралько в Канаді було організовано збірку коштів не тільки на завершення друку “Кобзаря”, а й на пересилку його в Україну – до наукових, освітніх бібліотек, установ і закладів. Загалом було відправлено понад 300 чотиритомних комплектів цього видання в усі 25 областей) та “Літопис українського життя в Канаді” (п’ять томів (від 300 до 500 сторінок у кожному), де небайдужим поглядом історика й літописця О. Войценко в хронологічному порядку зареєстровано всі більш-менш вагомні факти проявів українського життя в Канаді) [4, с. 445–446]. Отже, на кінець 50-х рр. у Канаді діяло до двох десятків видавництв, виходило близько 40 різних періодичних українськомовних видань. Головними видавничими осередками були Вінніпег, Торонто, Едмонтон, Йорктон.

З 1960-х рр. Конгрес Українців Канади, занепокоєний зниженням інтересу до книги, на з’їзді у жовтні 1965 р. ухвалив спеціальну резолюцію щодо майбутнього української книги: “1) в організаційній системі Комітету Українців Канади дати українському друкованому слову, українській книзі постійну, беззастережну і повну підтримку; 2) улаштувати кожного року, в місяці жовтні, виставу української книги з відповідними доповідями; 3) дбати про те, щоб в українських народних школах і курсах українознавства Батьківські Комітети й Управи Шкіл вимагали від батьків набувати для своїх дітей часописи й журнали для молоді та видання дитячої літератури й відповідні видання для домашньої лектури... Українська книга за кордоном, переложена на світові мови, має ще й інші завдання. Вона повинна нас пов’язати з народами світу... Вона повинна інформувати світ правдиво про нас. Вона повинна пропагувати, заступати та обороняти українську правду, українську визвольну справу...” [4, с. 447–448].

Прикладом результативної видавничої комунікації може бути і такий проект: у тих же 60-х рр. ХХ ст. Рідна Школа ім. М. Шашкевича, її піонери

О. Божик, П. Гаврисин, Й. Щербаневич у зв’язку зі святкуванням 150-річчя поета-проповідника, передвісника українського відродження зініціювали створення Заповідника М. Шашкевича. “Кураторія Заповідника о. Маркіяна Шашкевича розбудувала бібліотеку й архів, що стосується виключно його творчості...” [1, с. 230]. У 1963 р. активна громада почала видавати збірник “Шашкевичіяна” (відповідальний редактор: М. Марунчак), “цей друкований періодик заступив циклоstileве видання, що було тільки бюлетеном Заповідника”, та повинен був “станути лучником між тисячними шанувальниками о. Маркіяна в розсіяні суцями та такими ж на рідних землях і в’язати їх ідейними вузлами в одну велику родину” [1, с. 231].

На сьогодні у проекті української спільноти у Канаді – загальні дослідно-видавничі центри та національні фундації. Так, з 1976 р. ідеологічно-політичним орієнтиром видавництва Канадського інституту українських студій при Альбертському університеті в Едмонтоні (KUCS) було обрано продукувати й поширювати в західному світі знання про Україну та українців, протистояти репресивним заходам радянського режиму, спрямованого на знищення української мови та культури, поширювати у світі правдиву інформацію про Україну і українців, нівелювати “печальну традицію української видавничої справи та журналістики про їхню короткотривалість в умовах бездержавності української нації” [4, с. 453], що повною мірою відображало увесь функціональний спектр друкованого українського слова за кордоном.

Висновки. Отже, у повоєнний період для українців Канади читацька аудиторія стає прообразом майбутньої самостійної єдиної спільноти – нації. А видавничі комунікації – складова ЗМК – інформаційно-комунікаційним каналом впливу на свідомість реципієнтів.

Список використаної літератури

1. Маркова В. А. Книжкова комунікація: теорія, історія, перспективи розвитку : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. ком. / В. А. Маркова ; Харк. держ. акад. культури. – Харків, 2011. – 43 с.
2. Марунчак М. Студії до історії українців Канади / М. Марунчак. – Вінніпег : Українська вільна академія наук, 1964–1965. – Т. 1. – 255 с.
3. Бондар Ю. Видавничі комунікації: до питання інституалізації / Ю. Бондар // Вісник Книжкової палати. – 2014. – № 10. – С. 3–6.
4. Тимошик М. Історія видавничої справи : підручник / М. Тимошик. – 2-ге вид., вип. – Київ : Наша культура і наука, 2007. – 496 с.

Стаття надійшла до редакції 20.05.2014.

Ковпак В. А. Книжная коммуникация в информационно-коммуникационной деятельности (на примере украинской диаспоры в Канаде в послевоенный период)

В статье проанализированы понятия “книжная коммуникация”, “издательская коммуникация” как сегмент информационно-коммуникационной деятельности украинской диаспоры в Канаде в послевоенный период.

Ключевые слова: книжная коммуникация, издательская коммуникация, информационно-коммуникационная деятельность, украинская диаспора.

Ковпак V. Book Communication in the Information and Communication Activities (for Example, Ukrainian Emigration to Canada After the War)

Information and communication unity of any nation has complete measurement only when considering its channels of communication not only within the country but also abroad. Ukrainian emigration community always (particularly in the post-war period) understand the importance of national-patriotic discourse in the content of information and communication components (magazines, museums, archives, conferences, libraries, documentary and feature films, book publishing, educational, scientific, and various organizations, companies, educational houses, etc.), which are included in the overall system of Canadian life as a national cell in the Canadian mosaic, when acting for the community and the state, which can give expression to their national and cultural values.

And one of the most powerful segments of information and communication activities has always been a “communication book” (by V. Markova). The main component of the publishing communication (among other printed communication tools – calendars, posters, stickers, postcards, banknotes, stamps, books for paperless storage media) is a book which implements a two-level impact on the participants of the communication process: 1) using a content-based elements (shape, size, structure, illustrations, text, etc.); 2) the ability to provide diachronically-synchronic, time-space communication link between the generations. In the national-patriotic discourse publishing communication is often a tool of ideological competition, social and political debate. In addition, as “industrial product” this kind of publishing products activates the national self-identification, spreading education, science, industry, professional and others. Environment, etc., contributes to the creation of a single information and communication space of the nation, given the information field of the Diaspora for which such a factor at different stages of historical development often becomes the determining

Examples of active book publishing is publishing communication postwar Ukrainian diaspora in Canada.

The post-war era marked not only on the label of the Ukrainian diaspora in Canada – “political emigration”, but also on the social meaning of the content of the mass media.

Book publishing include the following thematic areas, the scope and the like. One of the characteristic tendencies of the postwar period – transfer to the Canadian territory of Ukrainian publishing houses, which operated until 1939 in Galicia, or during and after the war – in Western Europe.

At present, the draft Ukrainian community in Canada – general development and publishing centers and national funds.

Therefore, in the post-war period in Canada for ukrantsev readership becomes the prototype of a future independent single entity – the nation. A publishing communication – a component of the mass communication – the Informational communication channel impact on the consciousness of the recipient.

Key words: book communication, Publishing communication, information and communication activities, the Ukrainian diaspora.