

19. Українська культура 13 – 15 століть // Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http // uk.wikipedia.org/wiki/ Українська культура_13 – 15 століть](http://uk.wikipedia.org/wiki/Українська_культура_13_–_15_століть).
20. Українська культура 16 – 18 століття // Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http // uk.wikipedia.org/wiki/ Українська культура_16 – 18 століть](http://uk.wikipedia.org/wiki/Українська_культура_16_–_18_століть).
21. Українська культура XIX століття // Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http // uk.wikipedia.org/wiki/ Українська культура_XIX століття](http://uk.wikipedia.org/wiki/Українська_культура_XIX_століття)
22. Хемчян І. І. П'ятнадцята ювілейна міжнародна конференція «Крим – 2008» для бібліотекарів України і світу / І. І. Хемчян // Шкільн. 6-ка плюс. – 2008. – № 18. – С. 11 – 15.
23. Шейко В. М. Історичні аспекти криз техногенної цивілізації / В. М. Шейко // Вісн. Харк. держ. акад. культури. — Х., 2001. – Вип. 7. – С. 4 – 11.
24. IFLA/UNESCO School Library Manifesto // School Libraries and Resource Centers Section [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www/ifla.org/UII/s11/pubs/school.manif.htm>

Надійшла до редколегії 03.05.2012 р.

УДК 002.2:316.77

В. А. МАРКОВА

РОЛЬ КОМУНІКАТИВНИХ ПОСЕРЕДНИКІВ У СТРУКТУРІ КНИЖКОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Визначені й охарактеризовані головні функції комунікативних посередників у структурі книжкової комунікації.

Ключові слова: *комунікативні посередники, структура книжкової комунікації, книговидавнича соціальна інституція, соціальна інституція книгорозповсюдження, соціальна інституція книговикористання.*

Определены и охарактеризованы основные функции коммуникативных посредников в структуре книжной коммуникации.

Ключевые слова: *коммуникативные посредники, структура книжной коммуникации, книгоиздательский социальный институт, социальный институт книгораспространения.*

The basic functions of the communicative intermediary in the book communication structure are defined and characterized.

Key words: *communicative intermediary, book communication structure, book-publishing social institute, book-distribute social institute, book-use social institute.*

Відомий російський учений А. В. Соколов пропонує застосувати до розгляду книжкової комунікації суперсистемний підхід з огляду на те, що остання містить як елементи всі інститути,

що працюють над створенням, зберіганням і розповсюдженням книжкової продукції, а також авторів та читачів, і рецепція їх діяльності можлива лише на міжгалузевому рівні узагальнення [6]. Книжкову суперсистему він визначає як структуровану систему, елементами якої є соціальні інститути індустріальної книжності (книговидавничий, книготорговельний, бібліотечний, бібліографічний) плюс інститути літературної творчості та журналістики, що забезпечують створення оригінального тексту. Аналіз же реального поля дослідження засвідчує: оскільки в останні десятиріччя в книгознавстві превалювали процеси диференціації, які привели до виділення з нього окремих наукових дисциплін (книговидавнича справа, бібліополістика, бібліотекознавство, бібліографознавство), праці, в яких би книжкова комунікація розглядалася в цілісності всіх її підсистем, майже відсутні. Особливо це стосується досліджень, в яких розглядається діяльність посередницьких інституцій (книговидання, книгорозповсюдження, книговикористання). **Мета** статті — зосередження уваги на визначенні саме головних функцій комунікативних посередників у структурі книжкової комунікації.

Слід зазначити, що на роль комунікативних посередників у забезпеченні процесу спілкування вперше звернув увагу М. М. Куфаєв: до традиційної тріади «автор — книга — читач» додав «книгоробного майстра», таким чином подолавши ототожнення книги з твором [3]. Він зауважив, що співтворцями книги є всі ті, хто «доклав руку» до того, щоб стало можливим «найлегше, найповніше і найяскравіше виявлення в матеріальній формі думки і слова людини, найдосконаліша матеріалізація саме цих — певних — думок і слів автора, найманентніше втілення їх у наочній і відчутній формі» [3, с. 151]. Але інші комунікативні посередники залишилися за межами його аналізу. Усі подальші праці, в яких розглядалася структура книжкової комунікації, також зосереджували свою увагу на діяльності комунікативних посередників [4, 5, 9, 10]. Їх перелік у порівнянні із запропонованим М. М. Куфаєвим суттєво розширився. Так, відомий вітчизняний книгознавець і документознавець Г. М. Швецова-Водка розглядає книгу як комунікаційний канал: згідно з комунікаційно-інформаційним підходом, який вона використовує, книга є документом, опублікованим, виданим чи депонованим, що надається в суспільне користування через книжкову торгівлю та бібліотеки. Сутнісною особливістю, яка вирізняє книгу із сукупності інших видів документів, є те, що в «соціальному комунікаційно-інформаційному» процесі вона створюється в результаті діяльності комунікаційного посередника (1) (видавництво, редакція, центр депонування, фірма відеозапису) і потрапляє до одержувача інформації в результаті діяльності

комунікаційного посередника (2) (заклади системи книгорозповсюдження та книговикористання) [9, 10]. Тобто цю сутнісну особливість вчена виявляє через зосередження уваги на ролі комунікаційних посередників, які забезпечують книзі суспільне життя.

Аналіз діяльності комунікативних посередників у структурі книжкової комунікації дозволяє дійти висновку, що однією з головних функцій, які вони виконують, є допомога в подоланні авторським повідомленням комунікаційних і комунікативних бар'єрів — перешкод на шляху руху смислу від автора до читача. А. В. Соколов називає три такі бар'єри, що притаманні документній, а отже — й книжковій комунікації:

- технічний — недоступність потрібного видання для читача;
- психологічний — нерозуміння читачем смислу авторського повідомлення;
- соціальний — перешкоди, які чинять документно-комунікаційна система й органи, що нею керуються, на шляху повідомлення від автора до читача [5, с. 179-183].

Саме на подолання зазначених бар'єрів і спрямована діяльність комунікативних посередників. Виникнувши у відповідь на потребу суспільства подолати просторово-часові обмеження усної комунікації, книжкова комунікація поступово сформувала відповідні інститути, які краще сприятимуть реалізації зазначеної функції.

Насамперед, повідомлення потребувало тиражування, оскільки тільки за цієї умови воно стає надбанням суспільства. Цю функцію в культурах Давнього Світу виконували професійні писці або раби-переписувачі, в Середньовіччі — монахи, а потім професійні писці. Причому на ранніх стадіях «генералізаційна» (Ю. М. Столяров) книжкова підсистема, що пов'язана зі створенням книги, є недиференційованою. Як уже зазначалося, авторська функція в ній не виокремлюється, і тільки поступово формуються інститут авторства й інститут книговидавання.

Цікавим прикладом усвідомлення своєї ролі в репрезентації змісту тексту, написаного автором, є практика виготовлення підносних екземплярів (тих, що призначалися королеві та його близькому оточенню) французьким друкарем Антуаном Вераром, діяльність якого припадає на кінець XV — початок XVI ст. На мініатюрі, що ілюструє процедуру піднесення книги королеві, Антуан Верар зобразив себе із закритою книгою, а автора книги — з відкритою. Слід зазначити, що в середньовічній книжковій мініатюрі зображення відкритої книги, зазвичай, використовується в релігійних творах і символізує явлену читачеві істину Слова Божого. Зображення ж автора з відкритою книгою свідчить про те, що автор є відповідальним за зміст книги. Лібарій же несе

відповідальність за те, яким чином цей текст матеріально втілений. Зона відповідальності лібарія — колофон, титульний аркуш, посвячення, звернення до читача, художнє оформлення. І символізує це закрита книга в руках лібарія [7, с. 212-216]. Така наочність у розподілі компетенції між автором та друкарем є радше винятком, але поступово вона стає нормою, що визначалася законами ринку. Друкар як ніхто інший має бути компетентним щодо впливу матеріальної форми на передавання змісту [2, с. 237-246, 8, с. 351-356]. Р. Шартъє підкреслював: «Автори не пишуть книг: ні, вони пишуть тексти, а інші люди перетворюють їх у рукописні, гравіровані, друкovanі об'єкти», а тому, «варіюючи суто формальні модальності презентації текстів, можна змінити і регістр їх референції, і спосіб їх інтерпретації» [8, с. 132-133]. Тобто формування й розвиток інституції книговидавання сприяє не тільки подоланню технічного бар'єра, а й психологічного, оскільки в його функцію входить зробити книгу «комунікабельнішою».

З винаходом же книгодрукування диференціація, що розпочата в інституті книговидавання ще за добу палеокультурної книжності, посилилася. У добу ж мануфактурної неокультурної книжності виникла книговидавнича соціальна інституція, що об'єднувала редакційну підготовку видання з його поліграфічним тиражуванням, який уособлювався в діяльності видавництва як підприємства з випуску друкованої продукції. Поступово функції й структура видавництва суттєво ускладнюються: в його межах розвивається редакційна, інформаційно-бібліографічна, рекламна, книготорговельна діяльності. Особливе місце в підготовці видання відводиться оформленню друкованого видання. Отже, видавництво, як комунікативний посередник, здійснює процеси прийому рукопису від автора, його оцінку та рецензування, після чого приймається рішення про прийняття рукопису до друку. Потім він проходить наукове, літературне та стилістичне редагування. Наступною стадією є процес оформлення друкованого видання, що проходить у кілька етапів. Перший етап — видавничий, на якому видавництво визначає загальний задум оформлення — розробляє ідею видання з урахуванням економічних чинників. На цьому етапі даються вказівки художникові й виробництву щодо особливостей поліграфічних процесів, які приймаються для цього видання. Другий етап — художній — передбачає створення художником його макета. Третій етап — виробничий, на якому відбувається перетворення макета саме у видання в результаті поліграфічних процесів. Опублікована книга потребує застосування маркетингового інструментарію для просування її на ринку. Таким чином, видавнича соціальна інституція як комунікативний посередник сприяє подоланню технічного та психологічного бар'єрів. Якщо ж

авторський рукопис з ідеологічних, естетичних, економічних причин видавництво не приймає, маємо справу із соціальним бар'єром. Його подолання можливе зі зверненням до неформальних комунікаційних каналів. Наприклад, каналом подолання цензурних обмежень є самвидав. Розвиток електронної комунікації здатний суттєво зменшити вплив соціальних бар'єрів, оскільки уможливорює оприлюднення авторського повідомлення, уникаючи формальних комунікаційних каналів. Водночас, вона породжує іншу проблему — відсутність інформаційного «фільтра», функцію якого виконує книговидавнича соціальна інституція, призводить до засмітнення інформаційного простору. Отже, комунікативні посередники виконують ще одну важливу функцію — регулювання поширення авторських повідомлень за допомогою селекції за ціннісними ознаками.

Наступним посередником, діяльність якого спрямована на подолання технічних бар'єрів, є інституція книгорозповсюдження. Це оптова та роздрібна книжкова торгівля, яка належать до транзитної книжково-комунікаційної підсистеми. Книжкова торгівля має давню історію, що започаткована ще в культурі Давнього Світу, але протягом тривалого часу вона не відокремлюється від інституції книговидавництва. І тільки на стадії мануфактурної некультурної книжності сформувалася самостійна книготорговельна соціальна інституція.

Книжкова торгівля виконує соціально-необхідну функцію — доведення книговидавничої продукції до споживача — і спрямована, насамперед, на подолання просторових обмежень у поширенні авторського повідомлення, оскільки осередки реалізації книжкової продукції передбачають її короткочасне зберігання; характерною особливістю для них є безперервне оновлення асортименту. Досвід традиційного книгорозповсюдження свідчить, якщо книга видана кілька років тому, її дуже складно знайти на прилавках книжкових магазинів.

Для подолання ж часових обмежень у поширенні авторського повідомлення існує термінальна книжково-комунікаційна підсистема, яка представлена приватними та суспільними бібліотеками. Бібліотека визначається як «заклад, що організує збір, зберігання, суспільне використання творів друку й інших документів» [1, с. 78-81]. Від часів свого виникнення головною філософією бібліотеки було зібрати все написане, тобто створити, так би мовити, паралельний Усесвіт. «Мрія про бібліотеку, яка б увібрала в себе всі знання, що накопичені, усі книги, що написані, в різному вигляді проходить через усю історію західної цивілізації. Вона є основою обширних «книжкових зібрань», створених державами, церквами або приватними особами; нею

виправдовували наполегливі пошуки рідкісних книг, утрачених видань, зниклих текстів; вона спрямовувала зусилля архітекторів, котрі прагнули звести будівлю, що здатна вмістити у свої сховища всю пам'ять світу» [8, с. 102], — відзначає Р. Шарт'є. Тобто бібліотека завжди мислилася як матеріальне втілення пам'яті людства і головним призначенням її стало саме подолання авторським повідомленням часових обмежень. Водночас, навіть найамбітнішим проектам людства, таким як, наприклад, Олександрійська бібліотека, не вдалося повністю реалізувати мету — зібрати всі книги в одному місці. Винахід же книгодрукування зробив її реалізацію взагалі неможливою. У відповідь на неможливість реалізації цієї мети виникають ідеї відбору книг за певною ознакою, спеціалізація книжкових зібрань. Поступово формується система бібліотечного обслуговування, що представлена бібліотеками різних типів і видів. У кожній країні ця система має свої особливості, але, зазвичай, бібліотеки поділяються на універсальні й спеціальні.

Поряд з кумулятивною і меморіальною функціями, які сприяють подоланню авторським повідомленням технічного бар'єра, бібліотека також виконує місію подолання психологічного бар'єра, оскільки створює певний комунікативний простір, що допомагає читачеві в сприйнятті авторського повідомлення завдяки консультаційній діяльності бібліотекарів, можливості звернутися до довідково-бібліографічного апарату, участі в заходах, що забезпечують комунікацію з іншими читачами (наприклад, читацьких конференціях).

Безплатність доступу до головних бібліотечних послуг сприяє подоланню соціального бар'єра.

Зростання обсягу написаного, а потім надрукованого викликало необхідність виникнення бібліографічної соціальної інституції, яка сприяє поширенню інформації про видання і таким чином створює умови для подолання авторським повідомленням технічного бар'єра.

Таким чином, виникнувши у відповідь на потребу суспільства подолати просторово-часові обмеження усної комунікації, книжкова комунікація поступово сформувала відповідні посередницькі соціальні інституції, які б сприяли реалізації зазначеної функції. Посередницька діяльність у структурі книжкової комунікації представлена інституціями книговидання, книгорозповсюдження та книгозберігання. Головні функції комунікативного посередника полягають, по-перше, в подоланні авторським повідомленням комунікаційних та комунікативних бар'єрів (технічних, психологічних і соціальних) — перешкод на шляху руху смислу від автора до читача, по-друге, в регулюванні поширення авторських

повідомлень у комунікативному середовищі за допомогою селекції за ціннісними ознаками.

Подальшою перспективою розвитку запропонованої теми є докладний розгляд діяльності окремих соціальних інституцій як елементів книжкової комунікації.

Список літератури

1. Библиотека // Книга : энциклопедия. — М., 1999. — С. 78–81.
2. Графтон Э. Глава 7. Гуманист за чтением / Э. Графтон // История чтения в Западном мире: от Античности до наших дней / Г. Кавалло, Р. Шартье. — М., 2008. — С. 225–265.
3. Куфаев М. Н. Проблемы философии книги. Книга в процессе общения / М. Н. Куфаев. — М. : Наука, 2004. — 188 с.
4. Сищенко С. В. Книжкова комунікація як базова компонента професійної книгознавчої підготовки бібліотечних фахівців / С. В. Сищенко // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. праць. — Х. : ХДАК, 2001. — Вип. 4. — С. 25–35.
5. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособие / А. В. Соколов. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. — 461 с.
6. Соколов А. В. Суперсистемный поход к книжной коммуникации / А. В. Соколов // Мир библиографии. — 2007. — № 5. — С. 2–6.
7. Стаф И. К. Изображение книги и проблема авторства в издательской деятельности Антуана Верара / И. К. Стаф // Книга в культуре Возрождения. — М., 2002. — С. 211–218.
8. Шартье Р. Письменная культура и общество / Р. Шартье. — М. : Новое издательство, 2006. — 270 с.
9. Швецова-Водка Г. М. Документ і книга в системі соціальних комунікацій / Г. М. Швецова-Водка. — Рівне, 2001. — 438 с.
10. Швецова-Водка Г. М. Документознавство: навч. посіб. / Г. М. Швецова-Водка. — К. : Знання, 2007. — 398 с.

Надійшла до редколегії 28.05.2012 р.

УДК 316.776.22

Ю. О. ПІЧУГІНА

СИСТЕМНА МЕТОДОЛОГІЯ ВИВЧЕННЯ ЦЕНЗУРИ В КОМУНІКАЦІЙНИХ КАНАЛАХ

Розглянуто головні методологічні підходи щодо дослідження цензури в системі соціальних комунікацій. Проаналізовано базові методологічні принципи вивчення цензури як складного соціально-комунікаційного явища.

Ключові слова: *цензура, загальні філософські методи, загальнонаукові методи, системний підхід, інформаційний підхід, прикладнонаукові методи, соціально-комунікаційний підхід, соціокультурний підхід.*

Рассмотрены главные методологические подходы к исследованию цензуры в системе социальных коммуникаций. Проанали-