

Сучасний науковий дискурс наскрізь метафоричний, хоча і часто – мимоволі, внаслідок термінологічних пошуків або чисто інтуїтивних намагань якнайближче підійти до читача і заволодити його увагою. І тенденція ця, на нашу думку, буде зміцнюватися: адже, поступово відмовляючись від “соціалістичної” ідеї науки як “безпосередньої виробничої сили” (учора – відкриття, сьогодні – впровадження, завтра – віддача), суспільство поступово повертатиметься... ні, не до найпершого потрактування науки як форми дозвілля, але, вочевидь, до розуміння її як великої і тривалої інтелектуальної гри, в якій переможець здатний вплинути на долю світу (як це сталося з А.Ейнштейном, уже згадуваним Н.Бором або, приміром, з Г.Менделем, віддалений наслідок чияї теорії – клонована овечка Доллі – сьогодні, через півтора століття після перших генетичних дослідів автора, може кардинально змінити уявлення про унікальність і неповторність людського життя). Така “гра” не може втриматися на простому називанні речей своїми іменами – тут потрібні інтрига (що нині часто виноситься вже у заголовок наукової праці), натяки і недомовки (бо ж який ти партнер у грі, коли не...), великі “دوزи” іронії (бо лише вона здатна втримати автора від надмірної самовпевненості, – про що, до речі, попереджав ще М.Драгоманов у відповідь на закиди в іронічності), а також, як уже зазначалося, прийоми риторики (від добору та розташування матеріалу до “прикрас”, які насправді виявляються напрочуд функціональними).

Нове бачення наукового дискурсу, пропоноване авторами “риторики науки”, на щастя, не чуже українській традиції (про що нам уже доводилося писати [2–4]), а тому, орієнтуючись на нього у дослідженні, зокрема, української наукової літератури XIX – початку XX ст., ми можемо значно успішніше, ніж раніше, моделювати широкі соціально-культурні контексти минулого, як, зрештою, і прогнозувати реакції майбутніх читачів, які, у необхідних випадках, можуть бути заздалегідь скориговані під час підготовки текстів до видання.

1. Бургин М., Кузнецов В. Значимость научных законов и “красота” научной теории // Наука и науковедение. 1993. № 1–2. С.52–56.
2. Зелінська Н. Гуманістичний характер українського наукового стилю як вияв національної ментальності // Збірник праць Українського Вільного Університету. Мюнхен; Львів, 1993. Вип.16. С.316–322.
3. Зелінська Н.В. До джерел формування сучасного наукового стилю // Книга і преса в контексті культурно-історичного розвитку українського суспільства. Львів: Фенікс, 1995. С.9–20.
4. Зелінська Н.В. Поетика української наукової прози: структурні рівні та семантичні складники // Мова і культура: V Міжнар. наук. конф. К., 1997. Т.3. С.73–77.
5. Крамерс Х.А. Физики как стилисты // Эренфест П. Относительность. Кванты. Статистика. М., 1972. С.249–260.
6. Anglo-Ukrainian Studies in the Analysis of Scientific Discourse. Reason and Rhetoric /Ed. by Rom Harre. Lewiston; Queenston; Lampeter, 1996.
7. Douglas J.D. The Rhetoric of Science and the Origins of Statistical Thought // The Phenomenon of Sociology: A Reader in the Sociology of Sociology. New York, 1992.
8. Gross A.G. The Rhetoric of Science. Cambridge, 1996.
9. Kastely J.L. Rethinking the Rhetorical Tradition. New Haven, 1997.
10. Locke D. Science as Writing. New Haven, 1992.
11. Myers G. Writing Biology: Text in the Social Construction of Scientific Knowledge. Madison, 1990.
12. Pera M., Shea W. Persuading Science: The Art of Scientific Rhetoric. Canton, Mass., 1991.
13. Prelli L.J. A Rhetoric of Science. Inventing Scientific Discourse. Columbia, 1989.
14. Skelton R. The Poetic Pattern. London, 1956.

УДК 655.4

## ПРОБЛЕМИ ТИПОЛОГІЇ СУЧАСНОЇ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОЇ КНИГИ

*Е.І. Озар*

*Розглядаються основні типологічні риси творів науково-популярного характеру. Пропонуються критерії класифікації масиву сучасної науково-популярної літератури, коротко описуються основні різновиди науково-популярних видань.*

*Рассматриваются основные типологические черты произведений научно-популярного характера. Предлагаются критерии классификации массива современной научно-популярной литературы, коротко описываются основные разновидности научно-популярных изданий.*

Докорінні перетворення в політичному, економічному та культурному житті нашого суспільства не могли не позначитися на “обличчі” сучасної видавничої продукції вітчизняного

виробництва. В умовах розвинутого ринку пропозиція, як відомо, визначається попитом. Тому зміни, що відбулися в системі читацьких смаків та пріоритетів, у самій структурі читацького середовища, у способі сприйняття інформації, природно, спричинили появу якісно нового видавничого продукту. Чимало сучасних видань за своїми типологічними параметрами не вкладаються у сформовані протягом 80–90-х рр. класифікаційні моделі. В одному випадку – це видозмінені синтетичні видавничі форми, в яких вгадуємо риси кількох видів літератури, у другому – це принципово нові утворення за багатьма параметрами: і за змістом, і за типом оформлення, і за ціною (прикладом може слугувати поява на нашому ринку видання кишенькового формату в м'якій оправі). Щоправда, нові “нетрадиційні” видавничі продукти часто бувають результатом елементарної фахової неграмотності деяких “новоспечених” видавців. Лише браком належних книгознавчих знань можемо пояснити появу таких типологічних “знахідок”, як “науковий посібник”, “навчальна монографія”, “монографічно-довідкове видання”, “популярний словник”.

Нові видавничі продукти вимагають вивчення, опису і кодифікації. Час накопичений за останнє десятиліття емпіричний матеріал – не лише вітчизняний, а й зарубіжний – піддати серйозному науковому аналізу. А на основі результатів цього аналізу, зіставлення з досягненнями в галузі бібліотипології в країнах з близьким до нашого соціально-культурним ландшафтом оновити типологічні моделі та класифікаційні критерії, упорядкувати відповідний термінологічний і поняттєвий апарат. Адже без належного теоретичного підґрунтя запобігти типологічному безладу в практиці видавничої справи буде доволі важко. Орієнтація на чіткі типологічні моделі – запорука успішної роботи видавців над тим чи іншим видавничим проектом.

Постійні спостереження за ринком сучасної науково-популярної книги (літератури), вивчення окремих її масивів, аналіз реальних видавничих проектів дають можливість нам зробити деякі висновки та узагальнення. Запропонована нами типологічна модель аналізованого типу\* літератури не претендує на завершеність. До того ж, науково-популярна література порівняно з іншими типами літератури є доволі мінливим літературним і видавничим явищем. Розвиток її найменше зумовлюється еволюцією типу за його внутрішніми законами. “Обличчя” її насамперед визначається чинниками зовнішнього характеру – панівною у відповідній синхронії ідеєю популяризаторської парадигми. Свого часу один з небагатьох у радянському книгознавстві дослідників, хто вивчав феномен наукової популяризації, В. Іваницький писав: “Спроба створити певний абстрактний універсальний еталон науково-популярної літератури – це найбільша помилка, яка прирікає всі суперечки довкола неї на безплідність” [ 2 ].

В основі запропонованої нами типізації лежить традиційний комплексний системний критерій, що складається з соціально-функціонального призначення, читацької адреси (характеру інформації) та тематики (проблематики) твору видання. Типи видань, як відомо, формуються саме за спільністю, однорідністю цих ознак, що дає підстави називати їх основними типоформувальними рисами. Саме вони визначають специфіку редакторського опрацювання будь-якого авторського оригіналу і подальшого його видавничо-поліграфічного втілення.

Під “науково-популярною літературою” слід розуміти сукупність творів, які містять теоретичні та (або) практичні відомості з тієї чи іншої галузі людських знань, викладені у формі, доступній для читача-нефахівця з даної галузі знань. Відтак “науково-популярні видання” є матеріальними носіями творів науково-популярного характеру, результатом інтерпретації закладеної в авторському тексті інформації спеціальними засобами типографіки, художньо-технічного оформлення, матеріально-конструктивної організації. Отже, у виданні поруч з текстом важливого комунікативного значення набувають шрифтове вирішення, система верстання, ілюстрування, загальна “архітектура”, поліграфічне виконання тиражної книжки.

\* Використовуємо термін, обстоюваний Г.М. Швецовою-Водкою, адже погоджуємося з дослідницею, що типологізація – це класифікація, побудована на застосуванні поняття “типу” як сукупності (стійкого сполучення) кількох ознак, що характеризують сутність речі або явища.

Використовуючи різні методи підготовки видання до друку, видавці випускають розмаїття видавничих продуктів, зовні часто абсолютно не подібних один до одного. Проте тривалою практикою вироблені своєрідні “лекала”, типові моделі, конструкти, за якими створюються видання, споріднені за темою, складом твору, його побудовою, конкретною цільовою настановою, особливостями конкретної читацької аудиторії, інакше кажучи – різні типи видань та їх різновиди. Таким чином, в основі типології теорії і практики редагування, типології художнього конструювання лежить типологія книги [1] (класифікація видань за перерахованими вище ознаками).

Першою серед типиформувальних ознак науково-популярної книги розглянемо її тематику, або проблематику. Одразу зазначимо, що до науково-популярних відносимо не лише ті видання, які популяризують основи тих чи інших наукових дисциплін. Часто саме в цьому помилково вбачають значення складного прикметника “науково-популярне”. Вважаємо, що видання не тому є “науково-популярним”, що “популяризує науку”, а тому, що науковими є його фактаж, характер вміщеної інформації, дотримання у викладі матеріалу відповідних критеріїв науковості – точності, достовірності, логічності. Як і наукова, науково-популярна книга орієнтується на логічно побудовану систему поглядів. Однак, на відміну від першої, вона покликана змінити повсякденну свідомість великих груп читачів, які не володіють детальними знаннями наукових фактів і теорій (тобто не є фахівцями у даній галузі знань) і спираються на так звані “здоровий глузд” та очевидні факти. Отже, предметом сучасної популяризації можуть виступати знання з різних галузей науки, техніки, виробництва, мистецтва, культурології. З орієнтацією на тематичну ознаку науково-популярну книгу можна поділити на такі групи: література про історію та досягнення сучасної науки (в межах цієї групи виділити видання, що популяризують точні, природничі і гуманітарні наукові дисципліни); література виробничо-ужиткової тематики; література про мистецтво; література культурологічного характеру.

Серед наукової проблематики більш “відкритими” для популяризації вважаються теми гуманітарного характеру – нібито більш зрозумілі і доступні за своєї природою для широкого розуміння. Адже з явищами, які досліджує, скажімо, історія чи літературознавство, люди зустрічаються щоденно і повсюдно. Мабуть, тому за них частіше беруться автори-популяризатори. Популяризація у сфері науки (де вона використовується головню при трансляції найновіших досягнень з фронту досліджень у наукове співтовариство або структуру соціального і політичного управління) суттєво відрізняється від популяризації у сфері освіти і культури. Більш “масовою”, а тому більш “касовою” вважається проблематика ужиткового характеру: як приготувати, як змайструвати, “1000 порад на всі випадки життя” тощо. Специфічного підходу вимагає популяризація мистецтва, зокрема образотворчого, адже в ній особливого значення набуває ілюстративний ряд та його інтерпретація. Зрештою, предмет популяризації завжди позначається на способі викладу, формі подання матеріалу, мовностилістичних аспектах, засобах візуального супроводу та ін.

У підсумок зазначимо, що розкриття будь-якої теми в науково-популярному творі вимагає від популяризатора наукової глибини в осмисленні матеріалу та водночас вміння розказати про складні речі доступно і цікаво. При цьому науковість не повинна перешкоджати зрозумілості, доступності змісту, а доступність означати спрощеність, вульгаризацію спеціального знання.

При виборі теми для науково-популярного видання важливо також враховувати, хто буде його потенційним читачем. При спільній родовій ознаці – цей читач не повинен бути фахово пов'язаний з предметом популяризації, існують виразні видові відмінності в межах читацької аудиторії науково-популярної літератури, детерміновані рівнем освіченості, мислення, ерудованості представників окремих її груп. Усе це дає підстави поділити масив науково-популярної літератури за ознакою читацької аудиторії на такі групи: 1) видання для масового читача (під таким розуміємо найрізноманітнішу за віком, освітою, фахом аудиторію); 2) видання для елітарного читача (під таким розуміємо аудиторію обов'язково дорослих читачів, зазвичай, високого освітнього рівня, із сформованим науковим світоглядом і здатністю до абстрактного мислення). У свою чергу в межах обидвох груп виокремлюються: 1) читачі, мало підготовлені до сприйняття предмета популяризації (сюди належать, скажімо, діти

дошкільного і молодшого шкільного віку, які роблять перші кроки у пізнанні світу); 2) читачі “просунутого” типу, що давно цікавляться тим чи іншим предметом популяризації, однак лише як аматори.

Для кожної з названих груп існують “своє” коло тем і “свої” видавничі та жанрові форми, здатні якомога краще розкрити ту чи іншу тему і якомога ефективніше реалізувати конкретні **цільові настанови**. На елітарному рівні, скажімо, ефективною буде популяризація спеціальних теоретичних знань через “проникнення у сутність однієї наукової теорії, висвітлення злободенного наукового завдання на проблемному рівні, показ сутички кількох різнопланових наукових поглядів або наукової суперечки про невирішені питання науки на рівні наукових гіпотез”. Такі завдання можуть розв’язуватися в науково-популярній монографії. У проблемній статті в науково-популярному журналі важливо оперативно поінформувати широке кола науковців про досягнення загальнонаукового та загальнотехнічного характеру. Недарма елітарну популяризацію ще називають “популяризацією для академіків”.

Щодо видань масової популяризації, у них доцільніше зосереджуватися на поданні лише загальних відомостей про певну галузь людської діяльності, на загальному знайомстві з нею без занурення в проблему. За посередництвом цих видань читача не стільки інформують, скільки спонукають (можливо, краще, заохочують) до постійної пізнавальної діяльності, виробляють в ньому здатність до загальнофілософського осмислення явищ і подій тощо. Просвітительство, а також пропаганду найрізноманітніших досягнень людства, які відбуваються на цьому рівні, Ю. Іваницький слушно називає “кількісною” популяризацією, оскільки основне завдання, яке ними досягається, – це кількісне охоплення читачів.

Як бачимо, є всі підстави для того, щоб в основу класифікації науково-популярної книги покласти ознаку приналежності того чи іншого твору (відповідно й видання) до масового або елітарного рівня популяризації. Такий підхід дає можливість виділити в межах типу наступні функціональні різновиди: 1) видання просвітницького та пропагандистського характеру; 2) видання інформаційного характеру. Функцію популярного інформування найчастіше виконують періодичні видання загальнонаукового або науково-практичного характеру. Адже саме періодичне видання здатне більш оперативно, ніж видання книжкове, висвітлювати останні події в науковому житті суспільства, подавати “свіжі” новини [ 3 ].

Незважаючи на відмінності в конкретних цільових настановах, усі різновиди науково-популярної книги спрямовані на те, щоб викликати зміни у повсякденній свідомості читачів, сприяти розвитку в них пізнавального інтересу як мотиву діяльності.

Серед доволі популярних у науково-популярній літературі жанрів слід назвати жанр популярного нарису, жанр подорожі, жанр наукової фантастики, жанр наукової казки (найчастіше використовується у науково-художніх виданнях), жанр науково-популярної біографії. Останній є доволі ефективним засобом популяризації історії науки. Адже ті чи інші наукові знання, сама наука як явище краще усвідомлюються читачем, коли пізнаються ним опосередковано – через образ реальної видатної історичної особи, змальованої на тлі епохи, у всій повноті її життєвих колізій і перипетій. Цей жанр дає можливість талановитому автору зробити розповідь про науку, мистецтво, культуру та їхніх представників динамічною і цікавою. Так само працює й жанр подорожі, щоправда, його можна використовувати для висвітлення певного кола питань (географія, природознавство, археологія, фольклор, етнографія тощо).

При підготовці до видання твору науково-популярного характеру необхідно абсолютною чітко уявляти собі типологічний портрет майбутнього видання: адже не існує однієї і тієї ж форми, одного і того ж рівня популяризації інформації для читачів з різним рівнем знання і свідомості. Кожному знанню (рівню розвитку свідомості) відповідає “своя” інформація (свій ступінь невизначеності). Ігнорування цього принципу призводить до того, що зміст моральних, філософських, історичних, загальнонаукових істин або “вивірюється” при їхній популяризації, або вульгаризується.

1. Гречихин А.А. Библиотипология, или общая теория систем в книжном деле // Книжное дело. 1995. №6–7. С.75–80.
2. Іваницький В.Ю. Научная популяризация и научная информация // Книга: исслед. и м-лы.

Вып. 19. С.36–43. З. Огар Е.І. Сучасна науково-популярна література: зникнення чи трансформація виду // Реалії і перспективи українського книжкового ринку. Львів, 1997. С.79–99.

УДК 007 (47.74)

## КІНЕЦЬ УКРАЇНСЬКОЇ ЛАТЕНТНОСТІ І КРАХ СТРУКТУРИ ДЕРЖАВНИХ МЕДІА: ЧОМУ ТАК СТАЛОСЬ?

Ю.Е. Фінклер

*Розглядаються проблеми діяльності державних мас-медіа в період кінця латентних стосунків в Україні. Робиться спроба в'яснити, чому рухнула структура українських державних мас-медіа відразу після змін у мотиваційних орієнтаціях влади і груп тиску на неї. Автор застосовує інструментарій поділу представниками влади суспільних акторів за схемою "свій – чужий", що дає йому можливість конкретизувати висновки.*

*Рассматриваются проблемы деятельности государственных масс-медиа в период конца латентных отношений в Украине. Делается попытка в'яснить, почему рухнула структура украинских государственных масс-медиа сразу после изменений в мотивационных ориентациях властей и групп давления на них. Автор применяет инструментальный раздел представителей властей общественных акторов по схеме "свой – чужой", что дает ему возможность конкретизировать выводы.*

Події в комунікативному просторі України наприкінці 2000 – на початку 2001 року (період кінця латентних соціальних і комунікативних стосунків) внесли докорінні зміни в структуру українських медіа. Сприяння чи несприяння (нейтральної позиції фактично не було) владним структурам у дуже непростий для них період засвідчили дроблення державної комунікації та утворення якоїсь окремої фаланги засобів масової інформації (ЗМІ) – *пропрезидентських медіа*. Стало зрозумілим, що міцна непорушність структури державних ЗМІ зазнала фіаско, породивши феномен журналістської діяльності, яка навіть на тлі інших боязливо-слухняних державних медіа має вигляд суперзападовитої. В середині когорти державних мас-медіа (тобто таких, які фінансуються з бюджету) відбувся розкол за лінією: підтримка Президента (наприклад, телеканал УТ-1, часопис "Президентський вісник", система державних районних періодичних видань) – непідтримка Президента (наприклад, газета "Голос України", низка обласних та міських періодичних видань). Наголосимо при цьому ще раз: підтримка або непідтримка Президента, а не влади в цілому (оскільки паралельно з підтримкою – непідтримкою Президента паплюжиться або підноситься роль Верховної Ради або Кабінету Міністрів – так само гілок влади).

Декілька років тому ми серйозно вивчали проблему груп тиску на медіа – як зовнішніх, так і в середині самого медіального феномену. Результати наших досліджень у контексті тогочасної української реальності зводилися до такого. **По-перше**, участь суб'єктів влади у медіа через механізми моралі є проблемою, тому чим більше перетинів інтересів медіа і влади, тим сильнішим буде владний тиск на медіа. З другого боку, влада може відчувати реальну силу груп тиску з боку медіа, що означає протидію монополізму офіційної влади. Висновок: реалії зумовлюють безпосередній вплив мас-медіа на можливі глобальні політичні процеси – особливо порівняно з більш стабільними країнами (це був 1997 рік [7, с. 113]). **По-друге**, у посткомуністичній Україні домінуючою є така масова комунікація, яка покликана виконувати невелику комунікативну сутність: реалії стали тлом витиснення концептуальної публіцистики, глибокого аналізу тенденцій та явищ суспільного розвитку, прогностичних висновків. Висновок: масова комунікація буде формувати більш компактні еліти, які зберігатимуть *традиційну ієрархію цінностей*, беручи активну участь у діяльності мас-медіа і формах *традиційної культури* (а це був 1998 рік [8, с. 68]).

Екстраполюємо наведене вище на події наших днів. Що, здійснилися прогнози? (Жодного задоволення з цього приводу автор не відчуває, радше, навпаки – дуже хотілося б помилитися). Нічого дивного в цьому немає, адже все у світі відбувається за своїми логічними