

УДК 007 : 304 : 655

Р. Л. Владімірська*Національний технічний університет України «КПІ»***КНИГОВИДАННЯ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ:
СТАН ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМИ**

Окреслено огляд публікацій щодо книговидавничої галузі загалом та її місця в системі соціальних комунікацій. Проаналізований матеріал дозволяє зробити висновок, що сьогодні в Україні бракує фахових видань, які розглядали б увесь комплекс складових книговидавничої індустрії в контексті соціокомунікативного простору.

Книговидавнича справа, книговидання, соціальні комунікації

Соціальні комунікації як самостійна галузь науки офіційно з'явилися в Україні не так уже й давно: Постановою Кабміну України № 1718 від 13.12.2006 р. [46] її було включено до переліку галузей, з яких може бути присуджений науковий ступінь. Проте наукові дослідження людського спілкування як важливої складової існування і розвитку людства велися вченими дуже давно. Наприклад, риторика й мистецтво переконання були чи не найважливішими дисциплінами в античному світі. У середньовіччі граматики, риторика та логіка становили фундаментальну основу класичної освіти. Тільки на початку ХХ ст. розвиток технічних засобів передачі інформації, зокрема радіо, привернув увагу науковців і зробив комунікацію об'єктом дослідження вчених різних галузей знань. Науковою базою для подальшого розвитку академічної дисципліни можна вважати роботи Чарльза Кулі, Уолтера Ліппмана, Джон Дьюї. Інституалізація науки відбувається у 40-х роках ХХ ст., коли у США з'являються перші дослідницькі заклади.

Чітких рамок цієї науки немає. Сьогодні комунікація входить до сфери інтересів біологів, лінгвістів, психологів, культурологів, філософів тощо. Відповідно, кожна з цих наук трактує це поняття по-своєму. Ще менше визначеності з похідними від цього поняттями “соціальна комунікація” і “масова комунікація” та наповненням цих понять в українській чи російській мовах, оскільки інституалізація наукової дисципліни “соціальні комунікації” на теренах колишнього СРСР лише на початку свого шляху. Серед найгрунтовніших досліджень цієї сфери, що побачили світ в Україні та Росії, роботи Г. Почепцова, В. Різуна, А. Соколова [44, 51, 59]. Зокрема, А. Соколов, визначаючи поняття “соціальна комунікація”, вводить в обіг поняття соціального простору, соціального часу та соціального змісту. Учений окреслює соціальну комунікацію як рух змісту в просторі й часі.

Проте останнім часом число публікацій, що стосуються різних соціокомунікативних аспектів, суттєво збільшилося. Однак вони переважно висвітлюють основні поняття нової науки, і дуже мало уваги приділяють її компонентам. Особливо це стосується такого важливого інституту соціальних комунікацій, як видавничі справи. Звичайно, не можна констатувати, що нині зовсім немає

видань, присвячених цій галузі, але слід зазначити, що більшість з них не враховує сучасний стан розвитку технологій, економічний стан та вимоги, які висуває суспільство до видавничої справи.

Публікації, що стосуються даної галузі, можна умовно розділити на три групи. Перша група побачила світ ще за радянських часів, тому певною мірою заангажована. Відзначимо, зокрема, книги «Организация и экономика издательского дела» В. А. Маркуса [33] та «Основы издательского дела и книгопечатанья» С. Ф. Добкіна [25], які фахівці видавничої справи можуть використувати лише з певними застереженнями, оскільки тут йдеться про організацію видавничої справи в СРСР, підкреслюються її переваги й абсолютно замовчуються вади. Але брати до уваги ці видання, безперечно, потрібно. Через те що за радянських часів видавнича справа відіграла значно більшу соціокомунікативну роль і як засіб передачі пануючої ідеології, і як спосіб передачі накопичених знань.

До другої групи можна віднести книжкові та періодичні видання, надруковані до 2007 року. Інформація, подана в них, сьогодні є частково не актуальною з огляду на стрімкий розвиток інформаційних технологій. Основним джерелом цієї інформації слугують статті у фахових виданнях. Ці публікації можна умовно поділити на декілька тематичних напрямів:

а) статті, присвячені законодавству в галузі видавничої справи [2–6, 32]. Тут в основному висвітлюється недосконалість державної, зокрема податкової, політики у сфері книговидання. У деяких матеріалах [40, 41] вміщено перелік нормативних документів, які регулюють функціонування галузі;

б) статистична інформація про друк в Україні [9–11, 13–15, 24, 42, 60, 61]. Інколи статистика супроводжується коментарями фахівців [52]. Суттєвою вадою цих матеріалів є те, що автори часто просто переповідають дані статистичних таблиць замість того, щоб їх аналізувати. Винятком є стаття журналістів «Книжкового клубу плюс» [43], де окреслюється регіональна централізація українських видавництв й автори намагаються віднайти причини скупчення видавництв саме в Києві і Харкові;

в) відомості про діяльність окремих видавництв, подані у вигляді аналітичних оглядів або інтерв'ю з видавцями [12, 16, 30]. Досить цікавою, на наш погляд, є інформація про становлення українських видавництв після 1991 року. Зокрема, це серія статей, де розглядається діяльність деяких українських видавництв, що публікувалась у Віснику Книжкової палати України у 2001–2002 рр. У статтях про діяльність державних видавництв «Дніпро» [47], «Здоров'я» [54], «Мистецтво» [55], «Веселка» [56] згадуються і складнощі роботи й умови, в яких ці видавництва діяли раніше;

г) статті щодо різних аспектів книжкового маркетингу. Подібні публікації, на нашу думку, надзвичайно важливі, оскільки маркетингова діяльність є принципово новим явищем у видавничій справі України. Найзмістовнішими серед них – статті О. Афанасенка [1], Г. Глової та О. Добровольського [20–23], публікації Г. Ключковської [28], О. Михалочка [36], В. Скомаровського [57].

Для провадження ефективної роботи сьогодишнім видавництвам варто врахувати й досвід радянських колег, викладений в «Історії видавничої справи» М. Тимошика [63]. Хоча тут багато уваги приділяється саме вадам видавничої справи у СРСР. Зокрема, наголос робиться на ідеологічному контролі творів, випущених у ті часи. Окремий розділ присвячено становленню видавничої справи Незалежної України. Але тут, головним чином, мова йде про книжковий ринок, а не про діяльність видавництв. Багато корисних відомостей видавці можуть отримати у виданні «Книга для автора, редактора, видавця» [65].

Серед видань, що побачили світ в інших країнах, варто виділити енциклопедію «Книга», випущену 1999 р. в Москві. У статті «Україна» [29, с. 652–657] докладно описана структура видавничої справи в УРСР, названо як переваги, так і вади.

Для створення ефективної соціокомунікативної моделі книжкової справи в умовах ринкової економіки важливо врахувати досвід інших країн. Але видань, що стосуються видавничої справи в зарубіжних країнах, в Україні вкрай мало. Дуже якісними за змістом, як нам бачиться, є книги «Видавець майбутнього: маркетинг і менеджмент у видавництві» [18], «Маркетинг у видавничій справі – фантазія чи дійсність?» [19] та «Посібник книговидавця» [58]. Тут докладно описуються особливості менеджменту видавництва в ринкових умовах, розкривається суть маркетингової діяльності, подаються практичні поради видавцям. Але всі ці видання є перекладними і створені на основі досліджень видавничої справи в інших країнах (Німеччині, Польщі, США, відповідно), тому застосовувати вміщені там поради можна лише з певними застереженнями, оскільки автори не могли врахувати особливості видавничої справи саме в Україні. На наш погляд, такі видання варто супроводжувати коментарями українських фахівців.

Серед українських дослідників видавничої справи за кордоном слід виділити О. В. Бершова. У роботі «Книговидавнича справа в Сполучених Штатах Америки (порівняльно-системний аналіз)» [8] викладено пропозиції стосовно поліпшення законодавчої основи й структури книговидавничої галузі України, можливих напрямків диверсифікації українських книжкових видавництв, запровадження в Україні принципово нової схеми організації виробництва й поширення продукції книжкових видавництв, започаткування мережевого книговидання.

Серед російських видань заслуговує на увагу робота «Книжный маркетинг» [17], де окреслено особливості провадження маркетингової діяльності зарубіжних видавництв. Уже згадувана енциклопедія «Книга» [29, с. 12–16, 128–133, 158–162, 189–191, 260–264, 444–446, 502–505, 603–608, 677–682, 712–715, 715–717, 743–748] є також важливим джерелом відомостей про організацію книговидання в зарубіжних державах. Кожна стаття стосується певної країни, містить докладні відомості щодо початку книгодрукування, організації видавничої справи, мистецтва книги, поліграфії, книжкової торгівлі, бібліотечної справи, бібліографії. Крім того, багато важливої інформації подано в елек-

тронному виданні «История книги» [27]. Серед випущених у Росії видань є й такі, що стосуються видавничої справи саме в Росії [66, 67].

Окремо в цій групі слід виділити дослідження Г.М. Швецової “Документ і книга в системі соціальних комунікацій”, опубліковане ще 2002 року [65]. Це одна з перших спроб в Україні ввести в науковий обіг нові поняття, що пов’язують книжкову справу й суспільні комунікації. Окремий розділ у цій роботі висвітлює співвідношення книги й документа як матеріальних носіїв певної інформації, визначає їх місце, властивості і функції в системі соціальних комунікацій.

І нарешті, до третьої групи слід віднести видання, що побачили світ після 2007 року. Саме в цей час відбуваються активний розвиток інформаційних технологій, поширення електронних видань, видавнича справа в Україні починає розглядатися не як галузь, що опікується випуском книжкової продукції, а й з точки зору її суспільного значення. Слід зазначити, що ґрунтовного видання, де б докладно розкривалися всі аспекти видавничої справи України на сучасному етапі, не існує. Хоча публікується багато статей щодо окремих складових цього багатогранного поняття.

Доволі багато уваги в галузевій періодиці приділяється тому, щоб визначити місце видавничої справи в колі соціокомунікативних наук і підкреслити, що включення останньої саме до їх кола було виваженим й історично обґрунтованим. Зокрема, відзначимо статтю Н. В. Зелінської “Місце видавничої справи в системі соціальних комунікацій”, де підкреслюється соціоцентричність галузі та проводяться паралелі із зарубіжними дослідниками книжкової справи [26].

Окремі статті порушують проблеми українського видавничого ринку та описують їх наслідки для розвитку українського суспільства. Наприклад, у статті президента Української асоціації видавців і книготорговців О. Афоніна на основі статистичних даних доводиться, що падіння тиражів книжкової продукції та зменшення її споживання спричиняє появу неякісного книжкового товару й за формою, й за змістом, що призводить до деградації населення. Автор наголошує на необхідності втручання влади для поліпшення книжкової галузі, що сприятиме долученню українців до найкращих наукових ресурсів і, в свою чергу, розвитку держави загалом [7]. Схожу думку висловлює й О. Микитів у статті “Сучасний стан і системні засади функціонування видавничої справи України в умовах глобалізації та кризи” [35].

Неабияка увага в сучасних галузевих виданнях приділяється роботі редактора, який сам стає частиною соціокомунікативного процесу. Скажімо, Я. Прихода, у статті “Редактор у системі соціальних комунікацій” підкреслює необхідність перегляду фахової освіти та роботи редактора, нові вимоги до цієї професії з огляду на розвиток інформаційних технологій та зростання ролі редактора у всьому видавничому процесі [45]. Нові підходи до редагування, які слід брати до уваги сучасним фахівцям, розглядає і науковець З. Партико [39].

Досліджуючи сучасні публікації стосовно видавничої справи в системі соціальних комунікацій, неможливо оминати й зарубіжні видання. Треба зазна-

чити, що за кордоном ця галузь значно розвинутіша, про що свідчить велика кількість не тільки наукових статей, а й спеціалізованих монографій. Серед найостанніших – навчальний посібник Річарда Гутрі “Видавнича справа: принципи та практика” [72]. Уже на самому початку автор окреслює видавничу справу як “процес, за допомогою якого людське спілкування стає публічним”. Отже, науковець використовує саме соціокомунікативний підхід. На його думку, поява електронного книговидання та цифрових пристроїв у XXI столітті суттєво змінили видавничу справу. У посібнику описуються історія книговидання (включно з першим десятиріччям XXI ст.), робота видавництва в цілому й редактора в умовах розвитку інформаційного суспільства. Окремі розділи присвячені авторському праву (у тому числі на книги у цифровому форматі), залученню та впливу цифрових технологій на популярність книги як такої, світовим книгорозповсюджувальним конгломератам. Автор детально зупиняється і на книжкових ринках англійських країн. На жаль, видання не було перекладене в Україні, хоча на думку зарубіжних фахівців, воно є безцінним джерелом відомостей для видавців.

Доволі цікавою є книга британських авторів Гіля Кларка та Ангуса Філіпса “Всередині книговидання”, що витримала кілька перевидань, останнє з яких було здійснене 2008 року [69]. Книга містить огляд роботи видавництва в сучасних умовах, хоча й відштовхується від британського ринку.

Досить багато схвальних рецензій отримала монографія “Книговидання з прибутком” [74], де робиться акцент на ефективних моделях менеджменту й маркетингу. Підвищення ефективності роботи видавництва сприяє збагаченню не тільки його власника, а й поліпшенню якості книжкової продукції, що є невід’ємною складовою розвитку суспільства.

Автори практичного посібника “Професійний путівник до видавничої справи” розглядають книгу і як витвір мистецтва, і як об’єкт наукового дослідження, а видавничу справу – як бізнес і як носій соціальної відповідальності.

Звичайно, у рамках однієї статті не можливо зробити огляд усіх зарубіжних видань, що стосуються видавничої справи. Проте очевидно, що українське книговидання відстає від зарубіжного не тільки за статистичними показниками. Навзнаки більш науковий підхід зарубіжних колег до усіх видавничих процесів, постійне прагнення описати та залучити якомога більше новітніх технологій. Отже, доволі актуальною є поява спеціалізованих фахових видань, які поєднували б усі досягнення українських і зарубіжних видавців і давали повний всебічний опис видавничого процесу.

1. Афанасенко О. Сучасний книжковий ринок України як об’єкт професійного дослідження / О. Афанасенко // Вісн. Кн. палати. – 2004. – № 3. – С. 28–30. 2. Афонін О. Аргументація проти введення пільгового режиму в оподаткуванні книжок вітчизняного виробника, виданих виключно державною мовою / О. Афонін // Палітра друку. – 2004. – № 1. – С. 5–6. 3. Афонін О. Влада і книга : український варіант / О. Афонін // Вісн. Кн. палати. – 2004. – № 5. – С. 4–7 ; № 6. – С. 3–5 ; № 7. – С. 3–8. 4. Афонін О. Національна книга. Стан, причини, наслідки, перспективи / О. Афонін // Вісн. Кн. палати. – 2000. – № 2. – С. 13–17. 5. Афонін О. Про захист національного ринку книговидання : виступ на слуханнях в Комітеті з питань культури і

- духовності ВР України / О. Афонін // Вісн. Кн. палати. – 2000. – № 5. – С. 5–8. 6. Афонін О. Українське законодавство у книжковій справі : правові проблеми й оподаткування видавців і книгорозповсюджувачів / О. Афонін // Вісн. Кн. палати. – 1997. – № 4. – С. 13–16. 7. Афонін О. Українська книга доби незалежності в системі соціальних комунікацій / О. Афонін // Вісн. Кн. палати. – 2011. – № 7. – С. 3–5. 8. Бершов О. В. Книговидавнича справа в Сполучених Штатах Америки (порівняльно-системний аналіз) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. : 10.01.08 / О. В. Бершов ; Київ. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т журналістики. – К., 1999. – 18 с. 9. Блощицька Г. Аналіз книговидання в Україні : січень – квітень 2000 року / Г. Блощицька // Вісн. Кн. палати. – 2000. – № 5. – С. 29–30. 10. Блощицька Г. Аналіз книговидання в Україні : травень – липень 2000 року / Г. Блощицька // Вісн. Кн. палати. – 2000. – № 8. – С. 9–10. 11. Блощицька Г. Основні напрями видавничої діяльності в Україні / Г. Блощицька // Вісн. Кн. палати. – 1998. – № 3. – С. 17–20. 12. Бойко О. Про міжнародну діяльність видавництва «Либідь» / О. Бойко // Вісн. Кн. палати. – 1997. – № 1. – С. 18–19. 13. Броніцька Т. Видавнича діяльність України / Т. Броніцька // Вісн. Кн. палати. – 1999. – № 6. – С. 11–14. 14. Броніцька Т. Поточна статистика друку / Т. Броніцька // Вісн. Кн. палати. – 1999. – № 11. – С. 18–19. 15. Броніцька Т. Статистична інформація про випуск друкованої продукції в Україні 1998 року : попередні дані / Т. Броніцька // Вісн. Кн. палати. – 1999. – № 1. – С. 11–12. 16. Бурдонос Л. Видання національної книги видавництвом «Фоліо» : аналітичний огляд / Л. Бурдонос // Вісн. Кн. палати. – 1998. – № 12. – С. 14–16. 17. Бэйверсток Э. Книжный маркетинг / Э. Бэйверсток ; пер. с англ. Г. Дердиров. – СПб. : БХВ-Санкт-Петербург, 1999. – 336 с. 18. Видавець майбутнього: маркетинг і менеджмент у видавництві / Г. Вем [та ін.] ; пер. з нім. : Г. Лозинська, К. Шахова. – К. : Основи, 1994. – 175 с. 19. Влодарчик Я. Маркетинг у видавничій справі – фантазія чи дійсність? / Я. Влодарчик ; пер. з пол. : О. Гірний. – Л. : Кальварія, 2002. – 144 с. 20. Глотова Г. Маркетинг видавничої продукції / Г. Глотова, О. Добровольський // Вісн. Кн. палати. – 2003. – № 1. – С. 8–12. 21. Глотова Г. Маркетинг видавничої продукції : функції маркетингу та комплекс заходів маркетингового впливу на ринок видавничої продукції / Г. Глотова // Вісн. Кн. палати. – 2003. – № 3. – С. 7–9. 22. Глотова Г. Ринок видавничої продукції як середовище маркетингу / Г. Глотова // Вісн. Кн. палати. – 2003. – № 5. – С. 16–21. 23. Глотова Г. Сегментація ринку видавничої продукції / Г. Глотова // Вісн. Кн. палати. – 2003. – № 6. – С. 21–23 ; № 9. – С. 27–31. 24. Дем'янова Л. Поточна статистика книговидання України – 2004 / Л. Дем'янова // Вісн. Кн. палати. – 2004. – № 7. – С. 8–10. 25. Добкин С. Ф. Основы издательского дела и книгопечатания : учебник для книготорговых техникумов / С. Ф. Добкин ; М-во культуры РСФСР. Глав. упр. учеб. заведений и кадров. – М. : Советская Россия, 1961. – 248 с. 26. Зелінська Н. В. Місце видавничої справи в системі соціальних комунікацій / Н. В. Зелінська // Держава та регіони. Сер. Гуманіт. науки. – 2008. – Вип. 4. – С. 82–87. 27. История книги [Электронный ресурс] / Рук. проекта, графика, HTML Николаенко А. В., авт. текста учеб. Тараканова О. Л. – [М] : Центр дистанцион. образования МГУП, 2001. – Режим доступа : <http://www.hi-edu.ru/e-books/HB/index.htm> 28. Ключковська Г. Кілька штрихів до портрета актуального стану книготоргівлі / Г. Ключковська // Книжкова ТЕКА. – 1996. – № 10. – С. 14–15. 29. Книга : енциклопедія / [Гл. ред. В. М. Жарков ; Ред. колегія : И. Е. Баренбаум и др.]. – М. : БРЭ, 1999. – 800 с. 30. Копистинська І. Вітчизняне книговидання очима видавців / І. Копистинська // Друкарство. – 2003. – № 2. – С. 30–33. 31. Культурология. XX век: энциклопедия / Гл. ред., сост. и авт. проекта С. Я. Левит. – СПб.: Унив. кн., 1998. – Т. 1: А – Л / Отв. ред. Л. Т. Мильская. – 447 с. – Указ. имен: с. 427–447; Т. 2: М – Я / Отв. ред. Л. Т. Мильская. – 446 с. – Указ. имен: с. 428–444. 32. Купко Д. Contra Spem Spero / Д. Купко // Книжковий клуб плюс. – 2004. – № 6. – С. 12–13. 33. Маркус В. А. Организация и экономика издательского дела / В. А. Маркус. – 4-е изд., перераб. – М. : Книга, 1983. – 352 с. 34. Микитів О. Ю. Менеджмент видавничої справи в умовах глобалізації (на прикладі України): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.06 / О. Ю. Микитів; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. – К., 2011. – 18 с. 35. Микитів О. Ю. Сучасний стан і системні засади функціонування видавничої справи України в умовах глобалізації та кризи / О. Ю. Микитів // Освіта регіону. Політологія, психологія, комунікації. – 2010. – № 2. – С. 112–117. 36. Михалочко О. Життя видавниче / О. Михалочко // Книжкова ТЕКА. – 1996. – № 4. – С. 12. 37. Новая философская энциклопедия : в 4-ч т. / ред. В. С. Степин. – М. : Мысль,

2010. Т 2 : Е–М / ред. В.С. Степин. – М. : Мысль, 2010. – 634 с. 38. Партико З.В. Методи творчого редагування / З.В. Партико // Держава та регіони. Сер. Соц. комунікації. – 2011. – Вип. 1. – С. 114–120. 39. Петрова Н. Нормативна база видавничої діяльності / Н. Петрова, Г. Плиса // Вісн. Кн. палати. – 2001. – № 5. – С. 14–15. 40. Петрова Н. Що необхідно знати про видавничу діяльність. Як регулюється в Україні видавничу діяльність / Н. Петрова, О. Громаздова // Вісн. Кн. палати. – 2001. – № 2. – С. 8–10. 41. Плиса Г. Нормативна база видавничої діяльності // Вісн. Кн. палати. – 2011. – № 5. – С. 14–15. 42. Поточна статистика друку – 2003 / Підг. відділ аналізу інформації та держ. стат. друку Кн. палати України // Вісн. Кн. палати. – 2003. – № 10. – С. 6–9. 43. Поцілуйко Ю. Контурні карти українського книговидання / Ю. Поцілуйко, Р. Мельників // Книжковий клуб плюс. – 2004. – № 10. – С. 8–11. 44. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2001. – 656 с. 45. Прихода Я. Редактор у системі соціальних комунікацій / Я. Прихода // Вісн. кн. палати. – 2011. – № 12. – С. 18–20. 46. Про доповнення переліку галузей науки, з яких може бути присуджений науковий ступінь : постанова КМУ від 13.12.2006 р. № 1718 / Кабінет Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1718-2006-%D0%BF> 47. Регідайло Н. «Либідь» : Засіваючи ниву зернами духовності / Н. Регідайло // Вісн. Кн. палати. – 2002. – № 9. – С. 3–8. 48. Регідайло Н. «Освіта» : Сіячі розумного, доброго вічного / Н. Регідайло // Вісн. Кн. палати. – 2002. – № 10. – С. 3–5. 49. Регідайло Н. Життєдайні джерела «Дніпра», що живлять наші душі й серця / Н. Регідайло // Вісн. Кн. палати. – 2002. – № 5. – С. 6–9. 50. Різун В. В. Маси : тексти лекцій / В. В. Різун. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2003. – 118 с. 51. Різун В.В. Теорія масової комунікації : підручник для студентів галузі 0303 “Журналістика та інформація” / В.В. Різун. – К. : Просвіта, 2008. – 260 с. 52. Сенченко М. Видавнича діяльність України 1991–1997 рр. : аналітичний огляд / М. Сенченко, Т. Броніцька // Вісн. Кн. палати. – 1998. – № 8. – С. 15–22. 53. Сенченко М. Маємо те, що маємо / М. Сенченко // Друкарство. – 2004. – № 3. – С. 5–11. 54. Сердюк В. Історія і сьогодення видавництва «Здоров’я» / В. Сердюк // Вісн. Кн. палати. – 2001. – № 11. – С. 3–5. 55. Сердюк В. Пізнання національного і світового мистецтва через «Мистецтво» / В. Сердюк // Вісн. Кн. палати. – 2002. – № 1. – С. 3–6. 56. Сердюк В. Яскраві барви «Веселки» / В. Сердюк // Вісн. Кн. палати. – 2001. – № 10. – С. 3–6. 57. Скомаровський В. Національне книговидання на торговельних роздоріжжях / В. Скомаровський // Урядовий кур’єр. – 2008. – № 128. – С. 10. 58. Сміт Д. К. (молодший). Посібник книговидавця / Д. К. Сміт ; пер. В. Звиняцьковський ; ред. пер. КлГ. Клюкін. – К. : Любіть Україну, 1999. – 144 с. 59. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации / А.В. Соколов. – СПб : Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 461 с. 60. Статистичний огляд видавничої діяльності України в 2000 році / Підг. відділ аналізу інформації та держ. стат. друку Кн. палати України // Вісн. Кн. палати. – 2000. – № 8. – С. 7–9. 61. Статистичний огляд видавничої діяльності України в 2001 році / Підг. відділ аналізу інформації та держ. стат. друку Кн. палати України // Вісн. Кн. палати. – 2002. – № 7. – С. 3–7. 62. Тимошик М. С. Видавнича справа та редагування : навч. посіб. / М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, Ін Юре, 2004. – 224 с. 63. Тимошик, М. С. Історія видавничої справи : підруч. для студентів вищ. навч. закладів спец. «Журналістика» і «Видавнича справа» / М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2003. – 496 с. 64. Тимошик М.С. Книга для автора, редактора, видавця : практ. посіб. / Тимошик М.С. – 2-ге вид., стереотип. – К. : Наша культура і наука, 2006. – 560 с. 65. Швецова Г.М. Документ і книга в системі соціальних комунікацій : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра іст. наук / Швецова Г. М. ; Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2002. – 32 с. 66. Энциклопедия книжного дела / [Ю. Ф. Майсурадзе, А. Э. Мильчин, Э. П. Гаврилов и Ю. А. Михайлов]. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Юристъ, 2004. — 634 с. 67. Эриашвили, Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / Н.Д. Эриашвили. – 2.изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ, 2001. – 304 с. 68. Яковлев И. П. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций / И.П. Яковлев. – Изд. 2-е, перераб. – СПб. : Авалон : Азбука-классика, 2006. – 238 с. С. 7. 69. Clark G. Inside Book Publishing [Электронный ресурс] / G. Clark, A. Phillips. – London : Routledge, 2012. – 320 p. – Режим доступа <http://books.google.com.ua> 70. Communication studies [Электронный ресурс] // Wikipedia, the free encyclopedia. – Режим доступа: http://en.wikipedia.org/wiki/Communication_studies 71. Davies G. PThe professionals’ guide to publishing : a practical introduction to working in the publishing industry / G. Davies,

R. Balkwill. – Philadelphia : Kogan Page Limited, 2011. – 320 p. 72. Guthrie R. Publishing: Principles and Practice / R. Guthrie. – London : Sage, 2011. – 240 p. 73. History of communication studies [Електронний ресурс] // Wikipedia, the free encyclopedia. – Режим доступа: http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_communication_studies 74. Woll T. Publishing for Profit: Successful Bottom-Line Management for Book Publishers. / T. Woll. – 4 edition. – Chicago : Chicago Review Press, 2010. – 400 p.

КНИГОИЗДАНИЕ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ: СОСТОЯНИЕ ОСВЕЩЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ

Представлен обзор публикаций, касающихся издательского дела в целом и его места в системе социальных коммуникаций. Проанализированный материал позволяет сделать вывод, что сегодня в Украине не хватает отраслевых изданий, в которых освещали бы весь комплекс составляющих книгоиздательской индустрии в контексте социокоммуникативного пространства.

PUBLISHING IN THE SOCIAL COMMUNICATIONS: STATE OF THE PROBLEM

The article contains the review of the publications about the book publishing industry in general and its place in the communication studies. Examined data leads to the conclusion about the lack of the industry editions in Ukraine, which would treat the full range of components of the book publishing industry.

Стаття надійшла 26.12.2012

УДК 007:304:655

І. О. Вовк

Українська академія друкарства

ВИДАННЯ ЛІТЕРАТУРИ ДЛЯ І ПРО НАЙМОЛОДШИХ ЧЛЕНІВ ПЛАСТУ

Розглянуто й проаналізовано особливості літератури для наймолодших членів НСОУ Пласт, а також для їхніх виховників. Визначено особливості видань у різні історичні відрізки часу, окреслено основні ідеї, погляди та положення видань, змістове наповнення, читацьке і цільове призначення.

Пласт, пластова література, новацький рух, каббінг, історична гра, новацький виховник, співаник.

Об'єктом цього дослідження є пластова література, видана в Україні та діаспорі упродовж усього існування організації (1912–2012 рр.) і призначена для наймолодших членів Пласту (новаків), а також для їхніх виховників. Предмет дослідження – розвиток новацької пластової літератури, її вплив на діяльність Уладу пластунів-новаків, їхніх виховників та історію організації загалом.