

# ВІСНИК

№ 1 (258)  
січень  
2018

# КНИЖКОВОЇ ПАЛАТИ

Книжкова палата  
України



НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ ЖУРНАЛ \* ЩОМІСЯЧНИК \* ЗАСНОВАНИЙ У СЕРПНІ 1996 р.

УДК 015:061.1](477)(051)

## З М І С Т

### СТОРІНКА ГОЛОВНОГО РЕДАКТОРА

СЕНЧЕНКО М. Аксиоматична теорія соціальних систем ..... 3

### СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

ДАВИДОВА І. Комунікативна складова концепції управління знаннями ..... 11

СЕНЧЕНКО О. Книга як інструмент інформаційних війн ХХ століття ..... 15

ІСАЄНКО О. Роль медіаосвіти у формуванні медіакультури сучасної молоді ..... 22

### КНИГОЗНАВСТВО. ВИДАВНИЧА СПРАВА

ЗЕЛІНСЬКА А. Типологічна класифікація біографічних видань ..... 25

Періодичні та продовжувані видання, випуск яких розпочато у 2017 році ..... 30

### РЕЦЕНЗІЇ

ДОБКО Т., МАЦКЕВИЧ Л. Універсальне довідкове видання символів України ..... 31

МЕДВЕДСВА В. Культурологічний погляд на багатогранний потенціал доробку Б. Грінченка ..... 33

### БІБЛІОТЕЧНА СПРАВА

ЛИСЕНКО А., ДУДНИК В. Упровадження біографічно-комунікативних практик  
у систему роботи бібліотечних, музейних та архівних установ ..... 36

МЕДВЕДСВА А. Інформетричні дослідження як перспективний напрям у роботі  
бібліотечних закладів ..... 40

### ШКОЛА СИСТЕМАТИЗАТОРА

АХВЕРДОВА М. Фасети та розділові знаки, які використовуються в Універсальній десятковій  
класифікації ..... 43

### ІСТОРИЧНІ РОЗВІДКИ

БЕРЕСТИ І. "Товариство поступове львівських друкарів" як приклад профспілкового  
життя Львова II половини ХІХ століття ..... 45

ДОЯР Л. Практика заборони книжок в УСРР (1919—1937 рр.): історіографічний аспект ..... 49

20. *Ключевский В.* Курс русской истории. — Лекции I-LXXXVI.
21. *Моммзен Т.* История Рима. — Т. 3, книга 5. — Москва, 2001.
22. *Ростовцев М.* Общество и хозяйство в Римской империи. — Санкт-Петербург, 2000. — Т. 1.
23. *Маркс К., Энгельс Ф.* Сочинения. — 2-е изд. — Т. 48. — Москва, 1961.
24. *Маркс К., Энгельс Ф.* Сочинения. — 2-е изд. — Т. 46, часть I. — Москва, 1961.
25. *Wallerstein I.* The Modern World-System III. The Second Era of Great Expansion of the Capitalist World-Economy, 1730—1840's. — San Diego, 1989.
26. *Day J.* The Medieval Market Economy. — Oxford, 1987.
27. *Meyer E.* Kleine Schriften. — Halle, 1924, Bd. 1.
28. *Wallerstein I.* The Modern World-System. Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century. — New York, 1974.
29. *Cambridge Economic History of Europe.* — Vol. V. — Cambridge, 1977.
30. *Wilson C.* England's Apprenticeship, 1603—1763. — New York, 1984.
31. *Trade in the Ancient Economy.* Ed. by P. Garnsey, K. Hopkins, C. Whittaker. — Berkeley, 1983.
32. *Ward-Perkins B.* The Fall of Rome and the End of Civilization. — New York, 2005.
33. *Trade in the Ancient Economy.* Ed. by P. Garnsey, K. Hopkins, C. Whittaker. — Berkeley, 1983.
34. *Finley M.* Ancient Slavery and Modern Ideology. — New York, 1980.
35. *Parkin T.* Demography and Roman Society. — Baltimore, 1992.
36. *Family in Italy from Antiquity to the Present.* Ed. by D. Kertzer & R. Saller. — New Haven, 1991.
37. *Ward-Perkins B.* The Fall of Rome and the End of Civilization. — New York, 2005.

*В работе рассмотрены запрещенные темы исторической и экономической наук Запада, связанные с глобализацией, демографическими кризисами, протекционизмом. Освещена роль книги как феномена "мягкой силы" в невидимых информационных войнах. Анализ книг известных авторов свидетельствует, что глобализация была характерна для разных периодов развития социальных систем, начиная от античности, средневековья и до наших дней.*

*The research deals with the forbidden themes of Western historical and economic science, connected with globalization, demographic crises, and protectionism. The role of the book is shown as a phenomenon of "soft power" in latent information warfare. Analysis of the books of various authors shows that globalization was typical for different development periods of social systems, starting from antiquity, the Middle Ages to the present day.*

Надійшла до редакції 22 січня 2018 року

УДК 37.018.43::004.032.6]:316.74-053.6/81



**Олександр Ісаєнко,**  
кандидат історичних наук,  
доцент Київського університету імені Бориса Грінченка

## **Роль медіаосвіти у формуванні медіакультури сучасної молоді**

*У статті висвітлено питання формування медіакультури сучасної молоді, визначено та обґрунтовано важливість здобуття медіаосвіти, щоб уміти аналізувати та оцінювати медіатексти, опрацьовувати отриману інформацію, відсіювати зайве, виробляти власний погляд, вирізняти медіаманіпуляції та обирати ефективні способи захисту від медіавпливів.*

**Ключові слова:** медіакультура, медіаосвіта, медіаграмотність, засоби масової комунікації (ЗМК), медіавплив, медіаманіпуляція, медіатекст.

Упровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій майже у всіх сферах буття призвело до формування медіакультури, що сьогодні як суспільний феномен створює нове середовище співіснування, трансформуючи реальність. Стирання меж між "масовим" і "елітним" стало ознакою культурної парадигми інформаційного суспільства, котре орієнтоване на "всезядність" ідей і компроміс естетичних позицій. Комп'ютерні й телекомунікаційні технології є своєрідним інструментом інформаційної, політичної та духовної експансії, засобом для створення нових соціальних міфів. Дослідження соціокультурної ситуа-

ції свідчать, що медіапростір щоразу активніше впливає на суспільну свідомість як потужний засіб інформації та пропаганди культурних й освітніх контактів, як чинник розвитку творчих здібностей особистості, джерело зразків для наслідування і симуляції.

Традиційні медіа та новітні мультимедійні засоби значно розширюють діапазон можливостей, зокрема і в освітній сфері, проте водночас потребують професійної педагогічної корекції спожитої інформації, що зумовлює важливість медіаосвіти. Досліджуючи медіакультуру як чинник розвитку особистості в умовах глобалізації інформаційного простору та враховуючи

багатогранність і глобальність сфери медіа, Н. Лупак наголошує, що молоде покоління має формувати навички з розвитку критичного мислення, аналізу факторів і механізмів впливу та цінності будь-якої інформації, досягнувши рівня медіаграмотної особистості, адаптованої до сучасних умов у глобальному інформаційному медіапросторі [4, с. 29].

У процесі отримання соціального досвіду молоде покоління перебуває під впливом багатьох чинників, що мають значення для становлення особистості й допомагають визначити вектор духовного розвитку. Це такі інститути соціалізації, як сім'я, батьки, університет, друзі, молодіжне співтовариство. Надзвичайно важливу роль у розвитку молоді відіграють і засоби масової комунікації (ЗМК), за допомогою яких моделюються зразки поведінки, норми й стандарти життя, його стиль і моральні основи, ставлення до політичних та соціально-економічних процесів соціуму.

На думку багатьох дослідників, змістовий вплив ЗМК передусім стосується уявлень про сучасний стан суспільства, рівень соціальної справедливості в ньому та найтипівші риси нового покоління. Меншою мірою вони впливають на формування різноманітних граней суспільного ідеалу, пов'язаних з уявленням про ідеальний спосіб життя, ідеальний устрій, ідеал соціальної справедливості та бажані риси людини.

Пізнавальна, соціально значуща, гуманістично забарвлена інформація, яка вкрай важлива для молоді, нині підмінюється змістом, основу якого становлять задоволення елементарних потреб, легкий кар'єрний злет, фінансовий успіх, розваги. Комерціалізація ЗМК призвела до того, що проблеми молоді, її духовне зростання, морально-естетичний рівень, опинилися на периферії медіаринку. На сторінках періодичних видань, радіо та телебаченні майже не порушують актуальні для юнацтва теми, натомість Інтернет переважаний рекламою способів легкого заробітку без значних зусиль та спокусливими аморальними пропозиціями.

Пішла в минуле попередня система виховання, значною мірою втрачені й традиційні просвітницькі функції ЗМК. Водночас сформовано нову модель комунікативних відносин, коли молоді люди як об'єкт психологічних, культурологічних, педагогічних, ідеологічних та інших впливів переходять у стан суб'єктності та беруть активну участь у процесі сучасного духовного виробництва. Юнаки й дівчата читають усе менше, а читання стає дедалі поверховішим. Вони змінюють медіауподобання, обираючи віртуальні форми комунікації, інтернет-технології, створюють медіаканали, формуючи нове медіасередовище й встановлюючи в інформаційному просторі власні моральні критерії й ступінь відповідальності.

Н. Герасимова зауважує, що друкована періодика, радіо, телебачення, відео, кіно, Інтернет, соціальні мережі тощо є засобами зв'язку людини з навколишнім світом, які інформують, розважають, пропагують певні морально-етичні цінності, чинять ідеологічний, економічний, організаційний вплив на оцінки, думки й поведінку, насамперед юнацтва, формуючи його суспільну свідомість. Важливо, щоб медіакультура в умовах міжетнічних та міжцивілізаційних конфліктів,

глобальної кризи пропагувала пріоритет суспільних інтересів над інтересами особистості, співпраці над суперництвом, взаємодопомогу, а не боротьбу. Важливим завданням медіа має бути підтримка, позитивна трансформація внутрішньої картини світу молодої людини через повідомлення інформації про світ, яке відбувається завдяки репрезентації вже сформованої його оцінки [1, с. 315].

ЗМК відіграють надзвичайно важливу роль у процесі стихійної соціалізації людини. Класифікуючи наслідки медіавпливів, насамперед вирізняють негативні. Їх масштаби сьогодні зростають, загрожуючи фізичному й психічному розвитку молодої людини, порушуючи баланс емоційної, поведінкової й мотиваційної сфер. До залежності від комп'ютерних ігор та Інтернету сьогодні додають й інші негативні наслідки медіавпливу — інтелектуальну інерцію, дезадаптацію у реальному світі тощо. Проте, крім негативних, фахівці зауважують і про позитивні функції ЗМК. Грамотно дібрані медіальні програми формують правильне світосприйняття, допомагають виробити характер, розвивають емоційну сферу, розширюють світогляд і забезпечують загальнокультурне зростання. Ступінь та якість медіавпливу закономірно залежать від розвитку й освіченості споживачів. Йдеться не лише про високий рівень ерудиції, вміння бачити та аналізувати проблеми, необхідний багаж знань й критичне мислення, а й про ступінь сформованості медіакультури. Вона, власне, охоплює систему рівнів розвитку особистості, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатексти, займатися медіаторчістю, засвоювати нові знання в галузі медіа. І найефективнішим шляхом формування медіакультури молодої людини є медіаосвіта.

Досліджуючи медіакультуру сучасного студента, К. Курган наголошує, що він має впевнено орієнтуватися в інформаційних потоках, які постійно посилюються, видозмінюються та ускладнюються. Зважаючи на те, що інформація надходить до свідомості недозовано, молода людина має вміти диференціювати її на важливу, що матиме пріоритетне значення, та другорядну, якою не користуватиметься через неактуальність чи непотрібність або сприйматиме лише як "інформувальну". Крім уміння розрізняти важливі й другорядні дані, молодь має навчитися виокремлювати у стрімкому медіапотокі потенційно шкідливу інформацію. До того ж медіаосвіта передбачає ще й уміння самостійно створювати медіаповідомлення та грамотно інтегрувати їх до медіапростору [3, с. 87—88].

Як слушно зазначає І. Жилавська, сьогодні на порядку денному постають нові питання. Зокрема, які медіаосвітні моделі, методи, технології можуть бути найефективнішими у підготовці нового покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприйняття й розуміння різноманітної інформації; як медіаосвічена аудиторія може впливати на ЗМК? Ідея медіаосвіти набуває глобального характеру — отримують розвиток її сучасні моделі, які передбачають адекватне сприйняття молодіжною аудиторією ЗМК та її самостійне входження в інформаційний простір [2, с. 229].

Медіаосвіта — це процес, що триває впродовж життя. Її завданням є розвиток здібностей до сприймання, створення, аналізу, оцінки медіатекстів, розуміння соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа в сучасному житті, кодових і репрезентативних систем, що використовують медіа. Теорія соціального навчання пояснює один з основних механізмів впливу медіапростору. Згідно з нею, наперед молодь переймає стилі поведінки, представлені в ЗМК, як модель імітації. Отже, оптимальним способом зменшення патогенного впливу, до прикладу насильницьких сцен і порнотекстів, може бути їхня професійна нейтралізація. Саме медіаграмотність забезпечує оптимальне налаштування реципієнта на сприймання інформації. Відомий фахівець у галузі медіаосвіти О. Федоров зазначає, що вона має вчити інтерпретувати текст (аналізувати цілі автора, обговорювати характери персонажів і розвиток сюжету), пов'язувати його з власним досвідом і досвідом інших (поставити себе на місце героя, оцінювати факти і думки, виявляти причини і наслідки, мотиви, результати вчинків, реальність дії тощо), реагувати на твір (написати рецензію, мінісценарій), розуміти культурну спадщину (бачити особисту, історичну, національну, світову перспективу), набувати знання (ознайомлюватися з головними жанрами і видами медіакультури, визначати розвиток будь-якої теми в різноманітних жанрах, у різні історичні епохи, вивчати головні напрями стилів, творчість видатних майстрів), володіти критеріями і методами оцінювання медіатексту та ін. Формування цих навичок сприяє розумінню місця медіакультури, оскільки вона пов'язана із соціальними, політичними, економічними, релігійними й інтелектуальними аспектами життя людини, розвитком її естетичного смаку та творчої індивідуальності [5].

Основними завданнями медіаосвіти студентів, на думку Я. Шведової, є формування уявлень про позитивний і негативний вплив мас-медіа, вміння орієнтуватися в медіапросторі, аналізувати, оцінювати, критично ставитися до інформації, контролювати перегляд телепрограм і протистояти телевізійному маніпулюванню, розвінчувати соціальні міфи, які створюють мас-медіа. Отже, першим кроком до формування медіакультури є вміння сприймати телевізійну інформацію, що здійснюється через відновлення у пам'яті динаміки подій, аудіовізуальних образів, кульмінаційних епізодів передач. Для цього потрібно розвивати емоціональну активність, звукозорову пам'ять, що полегшує аналіз та синтез телевізійної продукції, сприяє адекватному її сприйняттю. Для розвитку творчого мислення та зміцнення моральних, культурних і політичних ідеалів молодь має навчитися оцінювати моральну, культурну, політичну позицію тележурналістів, авторів, героїв, учасників конкретної телепрограми, аналізувати та обговорювати її. Показником вміння контролювати аудіовізуальну інформацію є властивість осмислювати багатшаровість образного світу (як окремих епізодів, так і телепрограми або телефільму). Поступово у молоді людини має сформуватися своєрідний імунітет проти телепередач, спрямованих на руйнацію національної

культури, соціальних цінностей, пропаганду політичного психозу та кримінальної романтики, агресивної реклами, розпусти та соціальної дезорієнтації. Результатом медіаосвіти має стати критичне ставлення до відверто негативної телепродукції, завдяки чому молодь має бути розбірливішою у потоці телепередач, вирізняючи різноманітні маніпуляції [7, с. 195—196].

О. Федоров виокремлює методики, котрі використовують під час медіаосвіти: описові (переклад змісту, опис подій медіатексту); класифікаційна (визначення місця медіатексту в історичному та соціокультурному контексті); аналітична (аналіз структури та мови медіатексту, авторських концепцій тощо); особистісна (опис стосунків, переживань, почуттів, спогадів, асоціацій, викликаних медіатекстом); пояснювально-оціночна (формування суджень про медіатекст, його переваги відповідно до естетичних, моральних та інших критеріїв) [5].

Беручи за основу ці напрацювання, визначимо основні завдання медіаосвіти для молодого покоління:

- спонукати до зміни системи масової комунікації;
  - пом'якшення негативного ефекту від надмірного споживання медіа через фіксацію різниці між реальним та віртуальним життям, протистояння негативному медіаконтенту (насильство, секс, припинення людської гідності тощо);
  - допомога у використанні медіа з максимальним ефектом з інформаційною, пізнавальною, навчальною, комунікаційною, виробничою та іншою метою;
  - навчання користування медіазасобами, медіаобладнанням, зокрема й для створення власного медіаконтенту;
  - допомога в розумінні основних законів та мови медіа як різновиду мистецтва, розвиток естетичного сприйняття та художнього смаку, здатності до аналізу, інтерпретації та кваліфікованої оцінки медіатекстів;
  - допомога у виробленні навичок правильно читати й інтерпретувати медіатексти через опанування їхніх кодів (символів) та "граматики", навчання правил декодування медіатекстів, опис змісту, асоціацій, особливостей мови медіа;
  - захист та протистояння маніпулятивному впливу медіа, навчання орієнтації у медійному потоці, розвиток критичного мислення щодо медіаматеріалів, формування орієнтирів зі сприйняття та аналізу медіаповідомлень, уявлення про механізми та наслідки впливу медіа;
  - допомога у розумінні того, як медіа можуть збагатити знання, покращити сприйняття, посилити враження інформаційно-сміслових конструктів.
- Доповнивши напрацювання Н. Череповської [6], визначимо такі медіаосвітні рівні молоді людини:
- свідоме сприймання медіапродукції: готовність до здобування знань та опанування медіаосвітніх умінь і навичок; здатність фільтрувати медіаповідомлення; свідомо обмежувати себе у споживанні медіапродукції; здатність протистояти, запобігати негативним впливам медіа (медіаманіпуляціям); планувати й регулювати перегляд медіатекстів; усвідомлення власних медіапотреб та відповідальності за вибір медіаконтенту для перегляду;

— критичне мислення: здатність аналізувати інформацію, вбачати в ній приховані смисли, аргументовано формувати об'єктивну картину світу; спроможність оцінювати користь або шкоду від взаємодії з медіатекстом;

— творче медіасприймання: вдумливе сприйняття медіатекстів й вибудовування на його основі нових образів, творчих ідей для реалізації власних задумів; утворення особистих образно-сміслових конструктів як набуття нового смислового досвіду; глибинне розуміння не лише окремого медіасміслового конструкта, а й загальне осмислення і глобальне бачення світу медіареальності з його закономірностями і тенденціями розвитку.

#### Список використаної літератури

1. Герасимова Н. С. Вплив медіа-культури на особистість / Н. С. Герасимова // Гілея: наук. вісн. : зб. наук. праць. — Київ, 2015. — Вип. 97. — С. 312—317.
2. Жилавская И. В. Медиаобразование молодежной аудитории : монографія / И. В. Жилавская. — Томск : [б. и.], 2009. — 322 с.
3. Курган К. Медіакультура сучасного студента крізь призму феномену "медіапростір" / К. Курган // Теоретична і дидактична філологія : зб. наук. праць. — Переяслав-Хмельницький, 2012. — Вип. 12. — С. 83—88.
4. Лупак Н. М. Медіакультура як фактор розвитку особистості в умовах глобалізації інформаційного простору / Н. М. Лупак // Наук. праці Донецького нац. техн. ун-ту. Серія "Педагогіка, психологія, соціологія". — 2010. — Вип. № 7. — С. 24—29.

5. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / А. В. Федоров. — Москва : Изд-во МООВПП ЮНЕСКО "Информация для всех", 2007. — 616 с.
6. Череповська Н. Формування візуальної медіакультури особистості засобами медіаосвіти / Н. Череповська // Культура народів Причорномор'я. — 2007. — № 120. — С. 184—187.
7. Шведова Я. В. Медіаосвіта як засіб формування медіакультури студентів / Я. В. Шведова // Наук. записки кафедри педагогіки. — Харків, 2011. — Вип. 26. — С. 193—200.

*В статье освещены вопросы формирования медиакультуры современного молодого поколения, определена и обоснована важность получения им медиаобразования, чтобы уметь анализировать и оценивать медиатексты, перерабатывать полученную информацию, отсеивать лишнюю, вырабатывать собственную точку зрения, уметь замечать медиаманипуляции и выбирать эффективные способы защиты от медиавливания.*

*The article deals with the question of the formation of the media culture of the modern young generation, and the importance of obtaining media education for them in order to be able to analyze and evaluate media texts, to process the received information, to isolate the superfluous, to develop their own point of view, to be able to notice media manipulation and to choose the most effective methods of protection from media influences, is determined and grounded.*

Надійшла до редакції 5 січня 2017 року

## КНИГОЗНАВСТВО. ВИДАВНИЧА СПРАВА



УДК 01(091)(477)



**Анастасія Зелінська,**  
аспірант кафедри видавничої справи і редагування  
Інституту журналістики Київського національного  
університету імені Тараса Шевченка

### Типологічна класифікація біографічних видань

У статті проаналізовано наявні підходи до класифікації біографістики, здійснено пошук оптимальної класифікації з урахуванням видавничого аспекту. В результаті проведеного дослідження запропоновано власну типологічну класифікацію біографічних видань на основі опрацьованої біографістики, виданої в Україні в період з 2005 до 2013 року. Розроблена типологічна класифікація може слугувати теоретичною основою для подальшого наукового осмислення біографічних видань та нон-фікшн книг загалом.

**Ключові слова:** біографістика, біографічна книга, нон-фікшн книга, типологізація книг.

**Постановка проблеми.** Біографістика — специфічне явище в типологічній парадигмі книжкової продукції, зокрема нон-фікшн сегменту. Біографічна книга є гуманітарним, людиноцентричним прочитанням національної та світової історії й культури. Така літера-

тура підносить знаннявий рівень читача і водночас надає естетичне задоволення від спілкування з текстом як мистецьким феноменом. Раціональні та емоційні видання, що діють на різні когнітивні сфери людини, стають у пригоді й висококваліфікованому читачеві, й