

Отже, книга в руках художника-дизайнера є і залишиться головним носієм естетики серед інших дизайн-проектів, і, за умови майстерного виконання, предметом мистецтва. Чи може бути мистецтво прибутковим? Це залежатиме від рівня культури суспільного середовища, від розуміння людиною елітарності товару «книга» та прагнення нести високу культуру в майбутнє.

1. Графика современного знака. М., 1999. 2. Design companion for the digital artist / 1st Edition by Against the clock. Pearson Education, Inc., 2002.

УДК 0.002+7

О. І. Фартух

**ВИДАННЯ З МИСТЕЦТВА ТА МИСТЕЦТВОЗНАВСТВА
НА КНИЖКОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ:
АСОРТИМЕНТНО-ТИПОЛОГІЧНИЙ ОГЛЯД (1994 – 2004 рр.)**

Охарактеризована динаміка випуску видань з мистецтва та мистецтвознавства за останні вісім років. Визначаються їх цільове та читацьке призначення, тематичний діапазон. Зроблена спроба типологічної систематизації мистецьких видань за різними ознаками. Проаналізовано наявний асортимент видань з мистецтва та мистецтвознавства в книгарнях Львова. Наводяться рекомендації щодо поліпшення видання і функціонування мистецтвознавчої літератури.

Described dynamics of issue of editions publishments from the art and study of art for after the last eight years. Their having a special purpose and reader setting purpose concernes, thematic range. Done attempt of typological systematization of artistic editions publishments on different diverse signs. Analysed present assortment of editions publishments from the art and study of art in the bookstores of city town of Lvov. Recommendations are pointed led in relation to concerning the improvement of edition publishment and functioning of study literature of art.

Наш час ознаменований істотним переглядом духовних цінностей, переосмисленням складної історії української держави. Чи не найбільшою проблемою сьогодні є збереження власне національного культурного середовища, що суттєво впливає на формування української культури загалом і нової культурно-мистецтвознавчої ідеології, спрямованої на регіони. Ставши на шлях демократичних перетворень, українське суспільство, культура і мистецтво долучилися до ринкових відносин, що спричинило зміни в художньому житті з його приватними та громадськими інститутами, творчими, виробничими, виставковими структурами. Попри ці зміни, перед мистецтвом і надалі актуальним залишається завдання плекати такі духовно естетичні вартості, які б несли в собі пропозиції національного культуротворення та могли увійти у світ як конкурентоспроможні цінності.

На жаль, за більш як п'ятнадцять років в Україні так і не створений розгалужений мистецький ринок, а наявний через відсутність об'єктивних важелів регулювання поступово занепадає. Однак мистецтво було, є і буде великою та невід'ємною складовою частиною культурного розвитку суспільства. Щоб донести до суспільства й особистості його сутність, прояви, ретроспективу і сучасність, необхідно мати повноцінну функціонуючу галузь спеціального книговидання, яка нині переживає не найкращі часи. Аналіз випуску видань з мистецтва та мистецтвознавства за останні вісім років дає підстави стверджувати, що, попри певні досягнення, книговидання з мистецтва потребує суттєвої динаміки і наукового обґрунтування тематики, конкретизації цільового призначення, оптимізації асортименту та розповсюдження тощо. Серйозного поліпшення вимагають якість окремих видань і культура їх підготовки загалом.

У контексті даного дослідження важливо виявити кількісні та якісні характеристики книг з мистецтва та мистецтвознавства, урахування яких може позитивно вплинути на розвиток цього книговидавничого сектора. Тематичні рамки дослідження охоплюють видання з мистецтва та мистецтвознавства загалом, з архітектури, пластичного мистецтва, образотворчого і декоративно-прикладного мистецтва, дизайну, фотографії як виду мистецтва тощо. Особливої уваги заслуговує типологія видань з мистецтва та мистецтвознавств, оскільки в сучасному книгознавстві вона і надалі залишається дискусійною.

Для вивчення особливостей і внутрішньої структуризації самого мистецтва використано довідкову [8, 11], навчальну [2] і наукову літературу [1]. Для розроблення і застосування типологічного інструментарію залучено публікації з типології книги та документів [7, 14]. Поглибленню і конкретизації книгознавчого та асортиментного аспекту дослідження сприяли наукові і навчальні публікації С. Г. Антонової [2 – 5]. Тут послідовно викладено погляди автора на типологію з мистецтва та мистецтвознавства, особливості впливу мистецьких видань на читацьку аудиторію, специфіку наукових серій з мистецтва тощо.

В Україні література з мистецтва та мистецтвознавства видається різними видавництвами та видавничими організаціями. Сімдесятирічна діяльність спеціалізованого видавництва «Мистецтво» переконливо свідчить, що воно продовжує славні традиції пропаганди національного і світового мистецтва та культури й залишається провідним у цій царині книговидання. Тут переважна більшість видань виходить на кошти авторів. На другому місці – книги, видані коштом видавництва; найменшою є частка соціально-значущих видань. Яскравим прикладом видань, випущених «Мистецтвом», є книги «Мистецтво України: 1991 – 2003: Альбом» [9], «Музей історичних коштовностей України: Альбом» [10] та інші. Невелику кількість книг з мистецтва та мистецтвознавства за останні десять років випустили київські видавництва «Вища школа» і «Техніка». Частка решти видавництв у загальному потоці видань з мистецтва та мистецтвознавства складає лише 2 – 3%.

Щодо динаміки випуску літератури з мистецтва та мистецтвознавства, то спостерігається поступове збільшення кількості видань за назвами, але їх частка з усієї маси становить у середньому 1,1%. У 1997 р. число виданих назв з мистецтва та мистецтвознавства було критично низьким – становило 17 од. Саме з 1998 р. приріст до попереднього року досягав 182% (48 од.), у 1999-му до 1998 р. – 40% (80 од.), у 2000-му до 1999 р. – 17% (96 од.); у 2001 р. – 22% (122 од.), 2002 р. – 24% (159 од.), 2003 р. – 21 % (201 од.), 2004 р. – 18% (233 од.). Для поліпшення зазначеної ситуації необхідно, по-перше, зміцнити нормативно-правову базу, яка б давала видавництвам можливість працювати в сприятливому середовищі, і, по-друге, детально проаналізувати читацький попит і мотиви придбання книг з мистецтва.

Тематична палітра книг з мистецтва та мистецтвознавства репрезентована виданням з декоративно-прикладного мистецтва, архітектури та загальних питань мистецтва. Практично відсутні на ринку книги з пластичного і графічного мистецтва та фотомистецтва, тобто окремі ніші (при наявності потенційного попиту) залишаються незаповненими або заповнені хаотично й неадекватно купівельному попиту. За своєю природою книги з мистецтва призначені для професійного зростання і розширення світогляду масового читача, для навчання його методам сприйняття мистецтва, критеріям оцінки тощо. Отже, читацька аудиторія мистецьких видань неоднорідна, і ступінь їх впливу на читача не завжди співвідносний з такими критеріями, як вік, професія, освітній рівень. Тому межі читацьких груп, яким адресоване те чи інше мистецтвознавче видання, умовні. Загалом можна виділити три основні групи читачів: масовий непідготовлений читач, який володіє елементарною початковою підготовкою для сприйняття мистецтвознавчого ряду; масовий підготовлений читач, що має певні знання для сприйняття більш складних за функціональним призначенням і характером інформації видань; читач-спеціаліст, професійно пов'язаний з мистецтвом і, відповідно, зацікавлений в отриманні глибоких знань [2].

Що стосується типології видань з мистецтва та мистецтвознавства, то вона не є завершеною. Це, зокрема, викликано «розпорошеністю» самих видань у загальному видавничому потоці (маємо різні підвиди всередині виду, різноманітні рівні складності матеріалу та рамки його відбору – тематичного, хронологічного, регіонального, широкий спектр конструктивних особливостей тощо). Отож, назріла проблема багатоаспектної систематизації видань з мистецтва та мистецтвознавства, яка має не лише теоретичний, але й практичний характер. Чіткі типологічні засади даних видань і при роботі з ними – починаючи від визначення тиражів, обсягу та якості паперу й закінчуючи статистикою друку і доведенням їх до споживача. Спробуємо на основі сучасних книгознавчих підходів і реального масиву видань з мистецтва та мистецтвознавства дати їх типологічну характеристику [рис. 1, 2].

Видання з мистецтва та мистецтвознавства можуть бути систематизовані за функціональним призначенням, читацькою аудиторією,

знаковою природою інформації й матеріально-конструктивними особливостями. За функціональним призначенням вони діляться на наукові, науково-популярні, навчальні, масово-політичні, виробничі, довідкові, нормативно-інструктивні і рекламні. Наукова, навчальна і довідкова книга з мистецтва та мистецтвознавства має відповідні типологічні різновиди, притаманні іншим групам видань.

До масово-політичних і рекламних мистецьких видань відносять в основному плакати, буклети, альбоми, афіші, призначення яких – привернути увагу споживача (покупця, глядача) до проведення різноманітних культурно-масових заходів (наприклад, афіша, присвячена щорічному творчому звіту художників за пройдений рік «Осінній салон: Високий замок»; серед масово-політичних видань з мистецтва та мистецтвознавства можна виділити ряд плакатів, буклетів, афіш з нагоди Помаранчевої революції).

Нормативно-інструктивні видання знайомлять з нормативно-правовими документами, що діють у різноманітних сферах мистецтвознавчої людської діяльності. До них відноситься література, яка містить відомості про норми, стандарти, правила, що регламентують практичну діяльність (наприклад, видання «Вироби українського народного декоративного ткацтва: метражі та штучні: ДСТУ 164-97»).

Для виготовлення видань з мистецтва та мистецтвознавства використовують усі способи друку (високий, глибокий, офсетний), одну чи дві фарби (у виданнях вищого класу до чотирьох – шести фарб), тиснення, припресовування плівки після інших друкарських процесів.

Оскільки сьогодні відбувається активний процес відновлення, реставрації, перебудови древніх історико-культурних надбань, зростає необхідність у серійних виданнях, які б у доступній формі подавали інформацію про них, їх сучасний стан та перспективи. Вони користуються успіхом у масового читача. Назва серії орієнтує в потоці публікацій, дозволяючи передбачити тематику видань, форму подачі матеріалу, жанр і особливості видання. Ознайомившись з одним із випусків серійного видання, читач може передбачити такі важливі характеристики, що впливають на подальший вибір книг, як доступність викладу, приблизний обсяг видання, аспекти розкриття теми. На сьогодні в галузі мистецтва видаються такі серії, як «Українське наївне мистецтво» [6], «Українські іконописці» [13], «Національні святині України» та інші. Привертає увагу із серії «Національні святині України» книга М. Г. Дегтярьова, А. В. Реутової «Михайлівський Золотоверхий монастир», присвячена історії архітектури та мистецькому спадку однієї з перлин української культури – Михайлівського Золотоверхого Монастиря.

Важливим джерелом задоволення купівельного попиту на літературу з мистецтва та мистецтвознавства є асортимент книгарень. Оскільки у Львові практично немає спеціалізованої книгарні, то аналіз наявного асортименту здійснювався на основі таких універсальних книгарень, як «Скарбниця» (вул. Фурманська, 5), «Українська книгарня», «Книгарня НТШ» (пр. Т.Шевченка, 8),

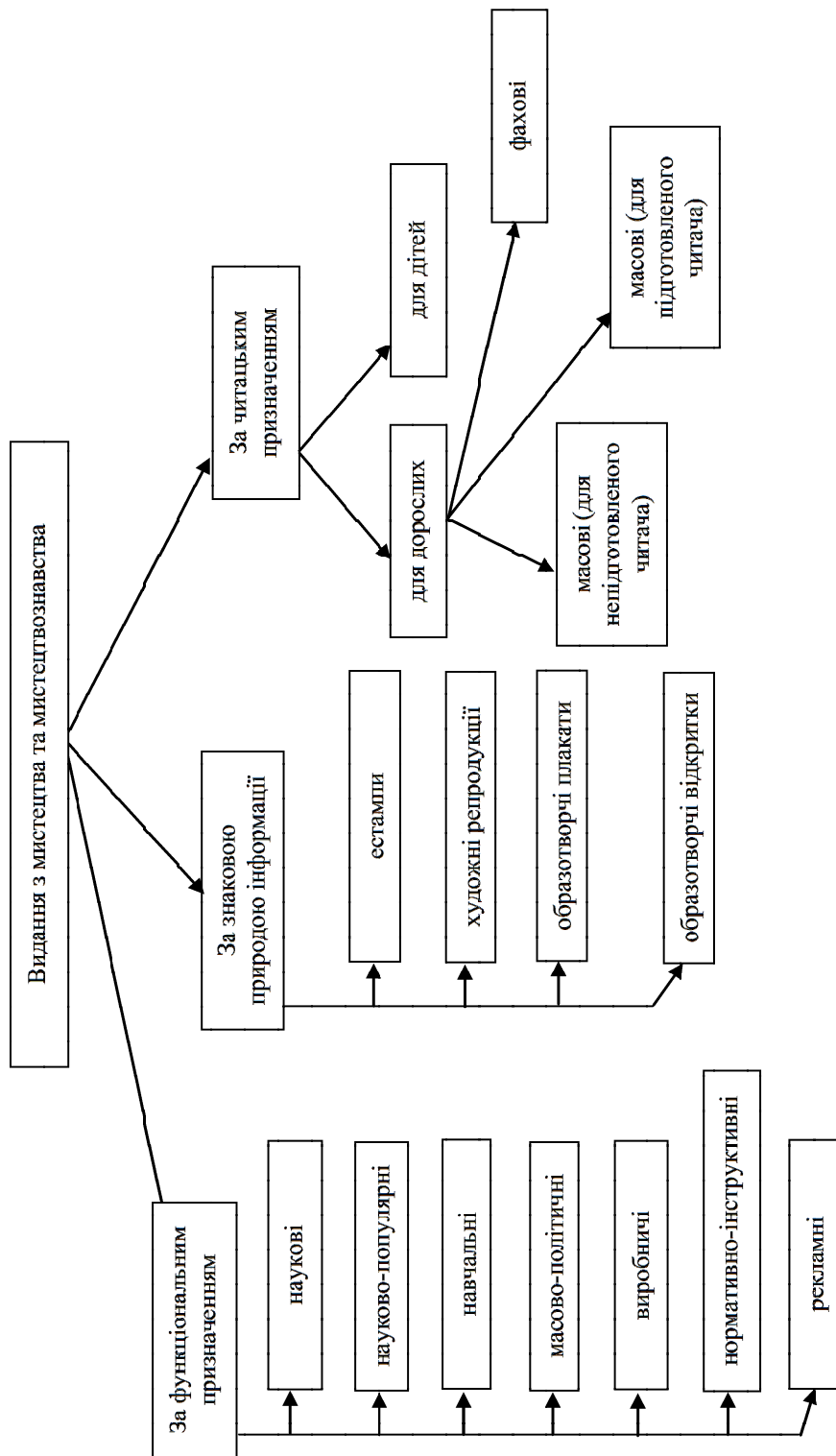


Рис. 1. Типологія видань з мистецтва та мистецтвознавства

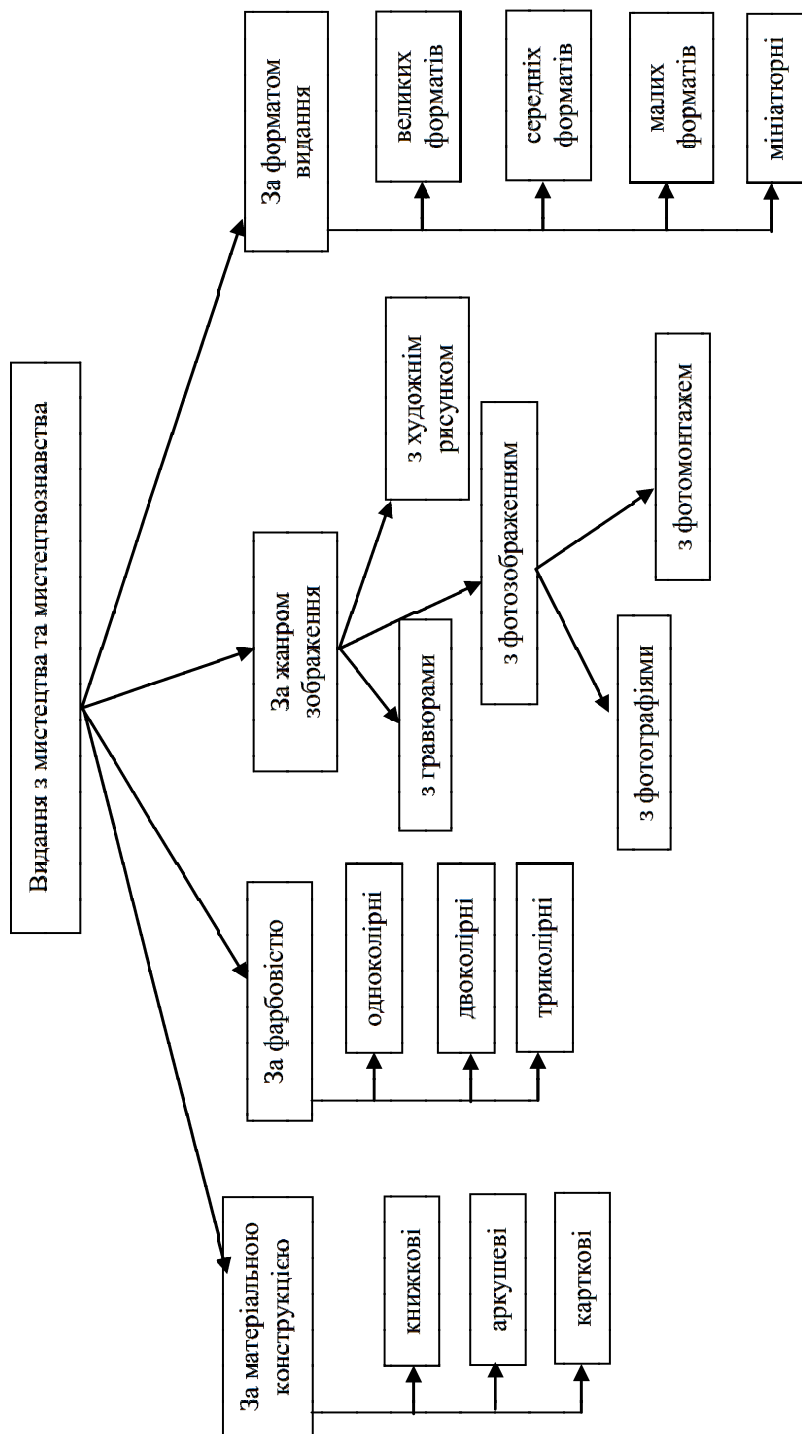


Рис. 2. Типологія видань з мистецтва та мистецтвознавства за матеріально-конструктивною формою

«Ноти» (пр. Т.Шевченка, 16), «Глобус» (пл. Галицька, 12), Книжкового дому «Буква», «Будинок книги» (пл. Міцкевича), «Центр української книги» (вул. Володимира Великого, 34). Саме ці книгарні були обрані тому, що вони розташовані в центрі міста й орієнтовані на потенційних покупців мистецької літератури. До того ж тут, неподалік від центру, є мистецькі навчальні заклади (дитяча художня школа ім. О. Новаківського, коледж декоративно-ужиткового мистецтва, Академія мистецтв ім. І. Труша, Українська академія дизайну), викладачі і студенти яких – творчі особистості, котрі за будь-яких обставин вивчають і популяризують багатогранне українське мистецтво. Окрім окресленого кола професійної читацької аудиторії, потенційними покупцями є викладачі, студенти, магістри відповідних спеціальностей Української академії друкарства, Національного університету «Львівська політехніка», Українського державного лісотехнічного університету, а також ті, кому не байдужа доля розвитку мистецтва загалом. На жаль, виявлений наявний асортимент не здатний повністю задовольнити запити потенційної читацької аудиторії.

Насамкінець, проаналізувавши, яку кількість в асортименті книгарень займає література з мистецтва та мистецтвознавства, слід зазначити що її нараховується лише 1 – 2%. Це в основному науково-популярна й навчальна література, різноманітні альбоми; практично відсутня довідкова книга. Оскільки асортимент загалом віддзеркалює існуючу видавничу ситуацію, можна констатувати, що кількість видань з мистецтва та мистецтвознавства незначна (як за назвами, так і за тиражами). Фактором, що обмежує коло реальних покупців, є низька платоспроможність населення (адже подібні видання є дорогими, тому що вимагають великих затрат на якісне поліграфічне повноколірне виконання та художнє оформлення). Не сприяє активному руху асортименту і пасивна інформаційно-рекламна діяльність книгарень. У більшості з них відсутні вказівники тематичних розділів літератури, що позбавляє потенційних покупців можливості ознайомитися з асортиментом мистецьких видань. Таким чином, мистецька книга як об'єкт видання і розповсюдження вимагає не лише уваги дослідників, але й державної підтримки. Держава, що цінує свою мистецьку спадщину, піклується про її збереження і примноження, зобов'язана підтримувати книговидання способом часткового або повного фінансування.

Для вивчення потенційного кола читачів, читацьких інтересів, які лежать у площині мистецтва та суміжних галузей, любителів і поціновувачів мистецької книги, доречно було б створити (можливо, при видавництві «Мистецтво») соціологічний центр, котрий би відслідковував попит на мистецьку книгу на сучасному книжковому ринку України.

Для оптимізації зв'язку читач – покупець бажано, на нашу думку, відновити у Львові (та й в інших обласних центрах) спеціалізовані книгарні, які б на основі постійного вивчення попиту покупців та видавничої пропозиції формували відповідний асортимент видань з мистецтва та мистецтвознавства як за тематичною структурою, так і за типологічними ознаками.

1. Алексеева Г. Духовність у системі морального, естетичного та патріотичного виховання українського народу // Мистецтво у духовному відродженні України: Традиції, новації, перспективи: 3б. матеріалів. Рівне, 2004. 2. Антонова С. Г. Издания по искусству. Проблемы типологии и редактирования: Уч. пособие. М., 1989. 3. Антонова С.Г. Научно-популярная серия по искусству: Проблемы управления // Совр. пробл. книговедения, книжной торговли и пропаганды книги. 1988. Вып. 5. С. 86 – 91. 4. Антонова С.Г. Некоторые аспекты формирования репертуара изданий по искусству // Совр. пробл. книговедения, книжной торговли и пропаганды книги. 1987. Вып. 4. С. 80 – 87. 5. Антонова С.Г. Особенности влияния книги по искусству на читателя // Совр. пробл. книговедения, книжной торговли и пропаганды книги. 1989. Вып. 6. С. 96 – 101. 6. Галитович Г. Українські ікони: Спас у травні. Сер. Українське наївне мистецтво. Львів, 2005. 7. Кушнарєнко Н.Н. Документоведение: Учеб. / Ред. Розумний В.П., К., 2000. 8. Мистецтво // УРЕ / Ред. кол. Антонов О.К., Бабій В.М., Бабичев Ф.С. та ін. Т.6. К., 1981. 9. Мистецтво України: 1991 – 2003 / Уклад. Н. Прибега, В. Чепелик та ін. К., 2004. 10. Музей історичних коштовностей України: Альбом / Уклад. Л.С. Ключко, О.П. Підвисоцька, О.В. Старченко та ін. К., 2004. 11. Огар Е.І. Українсько-російський та російсько-український словник-довідник з видавничої справи. Львів, 2002. 12. Сенченко М. Випуск друкованої продукції в Україні // Вісн. Кн. палати України. 2005. №4. С. 3– 1. 13. Скоп Л. Маляр Богородиці Одігітрії з с. Мражнірці. Сер. Українські іконописці. Львів, 2004. 14. Типология изданий: Науч. изд. / Авт. Агроколянський В.С., Александрова А.А., Бахтурина Г.И. и др. М., 1990.

УДК 655.41

М. І. Думанська

ДИТЯЧА ЛІТЕРАТУРА ЯК ОБ'ЄКТ ГЕНДЕРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Порушено питання відмінності в зображенні явищ, подій, характерів у текстах дитячої літератури залежно від статі автора.

Main theme of this article is a difference in phenomenons, events and characters imaging in texts of childrens literature wich dependence on article author.

Активний розвиток гендерної лінгвістики і літературної критики за кордоном і – в останнє десятиліття – у нашій країні, поява перших висновків і гіпотез стосовно особливостей продукування (і, меншою мірою, сприймання) текстів представниками обох статей переважно стосується вивчення художніх творів. Проте вивчення це можна вважати частково одностороннім – до уваги беруться «дорослі» твори, тобто написані дорослими для тих же дорослих. Тексти же, створені письменниками для маленьких і юних читачів, чомусь не заслужили на увагу дослідників-«гендерологів». Чи ж дійсно дитячі книги такі «безстатеві» чи «бісексуальні»? Наскільки автор «нейтралізує» (чи, може, навпаки – акцентує) себе як жінку чи чоловіка, пишучи їх? Як виявляють себе гендерні стереотипи, упередження? Які відмінності (не лише лінгвістичні, а й психологічні та ін.) у «художньому» спілкуванні дорослих чоловіка і жінки з дитиною?