

9. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації. – К. : Спадщина, 2012. – 2012. – 464 с.
10. Почепцов Г. Мерлін, Супермен і гаррі Поттер: конструювання нематеріального в масовій культурі. – К. : Спадщина, 2013. – 288с.
11. Сандуляк А. Международный фотопроект «Євромайдан: власна історія» в 8 bit Gallery / Алина Сандуляк // Bit.ua. – Режим доступа : <http://bit.ua/2014/01/mezhdunarodnyy-fotoproekt-yevromaydan-vlasna-istoriya-v-8bit-gallery/>

Г. Б. Листвак  
Українська академія друкарства  
(м. Львів)

## ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ ВИДАННЯ ЯК ДОДАТКОВИЙ ЗАСІБ ЙОГО ПРОМОЦІЇ

Окрім змістового навантаження та естетичного задоволення, ілюстративний матеріал у виданні може виконувати й інші, не такі очевидні функції. Наприклад, додатково популяризувати саме видання, його автора, художника і видавця. Тут одразу слід зауважити, що йдеться про ілюстрації та оформлення загалом як про природне продовження змістового наповнення видання, і жодним чином не про нівелювання текстової інформації. І що оформлення це обов'язково має бути якісним та естетичним, щоб виконувати заявлену місію.

Ідея використання ілюстрацій як додаткового засобу промоції видається логічною, враховуючи деякі тенденції, що простежуються у сучасному книжковому світі – українському і не тільки.

Насамперед, суттєві зміни відбулися (і продовжують відбуватися) у сприйнятті тексту сучасним читачем: інтернет та цифрова епоха повністю змінили спосіб, швидкість та рівень сприйняття інформації. Загалом читання стало швидшим, поверховішим і фрагментарним. Оглядач „Дзеркала тижня” М. Караменов зазначає, що виховався новий тип читача, орієнтований суто на візуальне сприйняття, і загалом оцінює це як негативне явище, оскільки незаглиблене сприйняття готового образу не спонукає до осмислення та аналізу. І тому напрошується порівняння сучасного покоління візуальної культури з первісними людьми, а отже від нього „не варто очікувати... наукових відкриттів” [4]. Картина не надто втішна, але це не означає, що цим не варто скористатися, навпаки – можна спробувати через візуальний образ по-новому залучити цю „неопервісну” людину до читання і зацікавити її книгою.

У вересні 2013 року дослідницька компанія „GfK Ukraine” презентувала результати дослідження „Читання книжок в Україні”, здійснене на замовлення „Київстару” та за підтримки „Форуму видавців”. Що цікаво, серед інших позицій, 13% дорослих та 27% дітей-читачів мотивацією для придбання книжки назвали саме оформлення, що сподобалося [2, с. 35]. Це, звісно, не панівна тенденція, але зважаючи на те, що саме у дитячій книзі робиться більший акцент на дизайн та ілюстрації, відсоток все ж доволі показовий. До того ж логічно починати зацікавлювати і „виховувати” читача змалку.

Під час нещодавньої конференції „Державна політика книжкової сфери: новий шанс для України” було представлено ще одну статистичну розвідку „Читання в Україні. Дослідження читацьких звичок та ставлення до читання”, зроблену на замовлення „Форуму видавців” у рамках проекту „Book Platform”. І з огляду на можливості ілюстративного матеріалу, доволі оптимістично звучать висновки соціологів про те, що в „обставинах, коли інформація більше не є дефіцитом, значення фізичного володіння книгою може трансформуватися із змістовного у символічне, натомість значення знань буде підвищуватися і, ймовірно, менше ототожнюватися із книгою” [8, с. 35]. Тобто рівень оформлення та матеріального втілення книги все більше впливатимуть на рішення її придбати.

Цю думку підтверджують і оглядачі „Deutsche Welle” Й. Кюртен і Н. Неділько, які зауважують, що „якісний дизайн і оздоблення – додаткові козири книги в цифрову добу”. І що майбутнє видавничої справи за „турботливо зробленими книгами” [5], кожна деталь яких не випадкова.

А це виводить нас на ще одну тенденцію – взаємопроникнення різних видів медіа: друкованих та електронних. Що не виключає одночасного існування різних версій тієї ж книги. При цьому новаторські підходи у дизайні друкованого видання приваблюватимуть традиційними тактильно-гортальними маніпуляціями, а засоби інтерактиву, ігрові моменти видання електронного – додатково зацікавлюватимуть і твором, і читанням як таким.

Тому можемо говорити про новий етап розвитку книжкової естетики, який за останні роки в українських виданнях зумовлений, в першу чергу, загальним розвитком книговидавництва і орієнтацією на світовий досвід. А також – використанням у виданнях рис, властивих т. зв. „книгам художника” (від англ. *artist's book*) або артбукам, – мистецьким проектам у формі книги, у яких спостерігаємо експериментування з формою, простором сторінки, поєднанням графічних і текстових елементів, матеріалом, із якого виготовлено об'єкт. В результаті, виданням, що виходять у світ під впливом „книг художника”, властиві несподіване розташування стандартних елементів, видозміна конструкції, наявність додаткових конструктивних елементів або використання нетрадиційних матеріалів, техніки колажу. Такі проекти виходять комплексними, естетичними і цілісними, кожна їхня деталь не випадкова.

Іноді ілюстративний матеріал може сприяти і створенню впізнаваного образу видавництва. Окремі видавничі осередки формують певне коло авторів та ілюстраторів, чий стиль частково стає їхньою візитівкою. На думку одразу спадають яскраві зразки видань для дітей. Так, наприклад, зараз важко уявити видавництво „А-ба-ба-га-ла-ма-га” без робіт Костя Лавра, Владислава Єрка чи Катерини Штанко. Чи книги „Видавництва Старого Лева” без ілюстрацій Олега Петренка-Заневського, Івети Ключковської чи Володимира Штанка. Акцент на імені художника демонструє, до прикладу, серія видавництва „Махаон” „Майстри книжкової ілюстрації”, у якій випускають переклади класиків дитячої літератури, оформлені іноземними та українськими ілюстраторами. Звісно, що прив'язування „видавництво-художник” не завжди доречні, переважно ім'я та стиль ілюстратора формують індивідуальний позитивний образ, який впливає і загалом на образ видавничого осередку.

Закономірно, що талановиті роботи книжкових ілюстраторів не лише впізнавані, а й визнані у світі. Наприклад, роботи молодих художників Романи Романишин та Андрія Лесіва – Творчої майстерні „Аграфка” – створені спочатку як „книги художника”, а потім опубліковані як видання, отримали нагороду „Honorary Mention to the Publisher” на 23 Бієнале ілюстрації у Братиславі (Словаччина, 2011) за книжку „Рукавичка”, і їх вже двічі включали до щорічного каталогу кращих дитячих видань світу „White Ravens” („Рукавичка” в 2012 році та „Ріпка” в 2013 році). А їхнє авторське видання „Зірки і макові зерна” стало лауреатом нагороди „Opera Prima” конкурсу „Bologna Ragazzi Award 2014” (м. Болонья, Італія).

Також цього року до списку найкращих ілюстраторів світу, який укладає Міжнародна рада з дитячої та юнацької книги (IBBY), потрапила українська художниця Марина Пузиренко (з книжкою „Лускунчик”).

Враховуючи те, що ілюстрація дуже мобільна та піддається різноманітним трансформаціям, її можна використовувати окремо від видання, наприклад, як виставковий експонат. При цьому можна виставляти як роздруківку ілюстрованого розгортку чи сторінки видання, так і оригінал ілюстрації.

Зараз жоден книжковий фестиваль чи ярмарок не відбувається без виставки книжкових ілюстрацій. З року в рік у рамках „Форуму видавців”, а віднедавна і на молодших „Книжковому Арсеналі” та „Азбуковому Королівстві Магів і Янголів” відбуваються міжнародні виставки книжкових ілюстрацій. Так, цього року на фестивалі „Книжковий Арсенал” було проведено виставку „11 світів. Сучасна чеська ілюстрація для дітей” та українсько-польську виставку робіт сучасних графіків із Києва, Кракова, Вроцлава та Варшави. Крім того, такі заходи можуть відбуватися і епізодично, як, наприклад, виставка литовської книжкової ілюстрації у галереї „Луцьк” в рамках Міжнародного форуму поетів і перекладачів „Магнус Лукатус Поезіс” (вересень 2012 року).

Виставки ілюстрацій можуть відбуватися і без прив'язки до книжкових заходів, як Триєнале книжкової ілюстрації у Спілці художників України (вдруге проведене в 2013

році), і не такі масштабні, наприклад, організована у 2010–2011 спільно з Музеєм книжкової ілюстрації міста Тройсдорфа виставка німецьких художників-ілюстраторів дитячих книжок, що відвідала Чернівці, Харків та Івано-Франківськ. У травні 2012 року за підтримки видавництва «Грані-Т» в Літературно-меморіальному музеї-квартирі Павла Тичини відбулася персональна виставка ілюстрацій художниці Надії Дойчевої-Бут «Крила». А у львівській галереї Гері Боумена у січні 2012 року відбулася виставка книжкової ілюстрації та „казкового настрою” „Різдвяні мережива”, у якій було зібрано роботи художників-графіків зі Львова та Києва. В лютому 2013 року ця ж галерея провела персональну виставку книжкової графіки Іветти Ключковської „Чорно-білий світ, у якому живе колір”. У той же період у львівській галереї „Зелена канапа” відбулася персональна виставка книжкових ілюстрацій Валерії Соколової. У вересні 2013 року в Національному музеї літератури України було проведено виставку ілюстрацій „Видавництва Старого Лева” під назвою „Як оживають книги”.

Загалом промоційний потенціал виставок ілюстрацій доволі великий. Основний акцент, звісно, падає на видання для дітей, а також на видання з особливим оформленням. Саме вони мають яскравий ілюстративний матеріал, вартий бути експонатом. Іноді до участі у виставці подають експериментальні та ще не видані проекти, які можуть зацікавити видавців. І часто видавці такі цікавляться – якщо не конкретною роботою, то її виконавцем, і знаходять потрібну для майбутніх видань стилістику оформлення [7].

Також вартими уваги є творчі ініціативи студії „Pictoric”, які використовують засоби плакатного мистецтва, здійснюючи промоцію як авторів, яким присвячені роботи, так і авторів самих плакатів. Наприклад, їхній нещодавній проект у центрі Львова на площі Ринок – виставка „Видатні письменники України” з плакатами за мотивами творчості класиків української літератури. Оригінальність задуму та доступне розташування просто неба забезпечили високу відвідуваність виставки і, відповідно, зацікавлення демонстрованими роботами.

Деякі видавничі проекти передбачають можливість випускати сувеніри та додаткову друковану продукцію (плакати, листівки, закладки) з нанесеними зображеннями книжкових ілюстрацій. Так, видавництво „Основи” до нового видання „Лісової пісні” в оформленні Поліни Дорошенко додатково випустило листівки з окремою ілюстрацією.

Чи не найважливішим у зв’язку з орієнтацією України на європейський ринок стає міжнародний аспект виставок книжкових ілюстрацій, зростає потреба популяризації українських видань та авторів за кордоном, формування нових міжнародних зв’язків. А участь у виставках дає можливість налагодження контактів та укладання договорів. Українські видавці вже понад двадцять років беруть участь у Франкфуртському міжнародному книжковому ярмарку, трохи менше у Лейпцизькому книжковому ярмарку, цього року Україна була вдруге представлена на Паризькому книжковому салоні, і цей список міжнародних заходів слід розширювати.

Значну роль у просуванні українських видавничих проектів можуть взяти на себе ілюстрації. Сильною рисою ілюстративного матеріалу в цьому контексті є те, що він не потребує перекладу. На відміну від тексту, який ще потрібно правильно презентувати людині, що не володіє мовою оригіналу, зображення допоможе прокласти отой перший „місток” у комунікації і привабити замовників із інших країн.

Загалом можна виокремити кілька основних напрямків, на які слід звертати увагу при просуванні видавничих проектів. Оскільки більший ринковий потенціал мають ті проекти, яким притаманне новаторство в оформленні, незвичайна конструкція, а також якісний та оригінальний ілюстративний матеріал, вдалим ходом буде використовувати ці особливості як додатковий чинник впливу. Саме тому акцент на ілюстративному матеріалі видання, розширення його аудиторії за рахунок експонування, використання ілюстрацій як „універсального перекладача” і навіть створення електронної версії – це дієвий інструмент промоції, за допомогою якого зростатиме інтерес до книги, літератури і читання.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Гагоорт Г. Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль / Гіп Гагоорт ; пер. з англ. Б. Шумилович. – Львів : Літопис, 2008. – 260 с.
2. Дослідження читання книжок в Україні / GfK Ukraine ; Київстар ; Форум видавців. – 2013. – Режим доступу: [http://www.gfk.ua/imperia/md/content/gfkukraine/reports/report\\_gfk\\_reading\\_pres.pdf](http://www.gfk.ua/imperia/md/content/gfkukraine/reports/report_gfk_reading_pres.pdf).
3. Звіт про результати дослідження видавничого ринку України / Book Platform. – 2013. – Режим доступу: [http://www.bookplatform.org/images/activities/47/publishing\\_study\\_ukraine\\_ukr\\_full.pdf](http://www.bookplatform.org/images/activities/47/publishing_study_ukraine_ukr_full.pdf). – 34 с.
4. Караменов М. Про важливість читання / Микола Караменов // Дзеркало тижня. – 13.09.2013. – Режим доступу: [http://gazeta.dt.ua/socium/pro-vazhlivist-chitannya-\\_html](http://gazeta.dt.ua/socium/pro-vazhlivist-chitannya-_html).
5. Кюртен Й. Якісний дизайн і оздоблення – додаткові козири книги в цифрову добу / Кюртен Й., Неділько Н. // Deutsche Welle. – 20.11.2013. – Режим доступу: <http://dw.de/p/1AL1V>.
6. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія / Василь Теремко. – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Монограф).
7. Хмельовська О. Розмаїття книжкових технік на II виставці Триенале книжкової графіки (ФОТО) / Оксана Хмельовська. – 20.11.2013. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/news/rozmayittya-knyzhkovykh-tekhnik-na-ii-vystavtsi-tryuennale-knyzhkovoyi-hrafiky-foto>.
8. Читання в Україні : результати комплексного соціологічного дослідження / Форум видавців ; Pro.mova. – 2013–2014. – Режим доступу: <http://www.slideshare.net/pro-mova/pro-movareadingsurveypresentation-final>.
9. Smith K. Structure of the Visual Book : Book 95 / Keith A. Smith. – The Expanded Fourth Edition, second printing. – New York : keith smith BOOKS, 2005. – 432 p.

Г. І. Лоза

Національний технічний університет України  
„Київський політехнічний інститут”  
(м. Київ)

## НАУКОМЕТРИЧНІСТЬ СУЧАСНИХ НАУКОВИХ ПУБЛІКАЦІЙ ВЧЕНИХ НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ УКРАЇНИ „КПІ”

Упровадження індексу цитування наукометричних показників в Україні пов'язане з тим, що вітчизняні наукові видання недостатньо представлені на наукометричних платформах. Одним з основних завдань науковців „КПІ” є рейтинг цитування у журналах, що входять до реферативної бази Scopus та визначається за наукометричною базою даних Scopus видавництва Elsevier (головний офіс розташований в Амстердамі). Ця база забезпечує облік публікацій науковців, їх цитованості й установ у яких вони працюють. Вона містить понад 5 млн. реферативних записів про публікації з 32 тис. журналів, 5 тис. видавництв. Як нормативний показник оцінювання ефективності діяльності науковців системне впровадження індексу цитування розпочалося в 2009 році.

На сьогодні НТУ України „КПІ” видає наукові періодичні технічні журнали, котрі входять до світових наукометричних баз даних. Загальна кількість публікацій науковців університету в системі Scopus станом на перший квартал 2014 р. становить 4662 публікацій, вони сумарно процитовані разів – 8511, а індекс Хірша для „КПІ” дорівнює 35. Серед технічних вишів України ці показники є найвищими [1; 5; 8].

Згідно з доволі відомим рейтингом Webometrics іспанської лабораторії Cybermetrics у 2010 р. НТУУ „КПІ” посів 2205 місце серед 4000 університетів світу (в рейтингу лише 11 українських вищих навчальних закладів). У наукометричній базі Scopus видавництва та Web of Science корпорації Thomson Reuters (Філадельфія) університет має позитивну динаміку за кількістю публікацій у наукових журналах, що входять до цих наукометричних баз.

Аналіз наукових видань НТУУ „КПІ” свідчить про те, що на сьогодні більшість журналів університету потребують подальшого розроблення концепції (політики) видання. Так, до видань поставлено вимоги: наявність сайту англійською мовою, англійськомовний варіант назв, анотацій та ключових слів статей, наявність у складі редакційної колегії авторитетних вітчизняних і закордонних учених з фаху, систематизований супровід та інформаційна підтримка сайтів, відповідність критеріям кращих світових журналів [3, с. 91–192].