

головно такі, як В. Стефанік і М. Коцюбинський, лежать не в темах, а в способі трактування тих тем, у літературній манері або докладніше - в способі, як бачать і відчувають ті письменники життєві факти".

Психологічний підхід до виділення імпресіоністичних тенденцій дозволяє констатувати їх ще в ранній період творчості письменника. ("Він іде", "На віру", "Хо", "На крилах пісні"). Але найповніше, найбагатогранніше це простежується в кримському циклі М.Коцюбинського. Розвиткові імпресіоністичних тенденцій сприяла увага автора до психологічних тем. Письменник робить спробу відтворити вплив настроїв героя на сприймання ним світу, а також передати чергування вражень персонажа, опосередкованих його внутрішнім конфліктом. Дорошкевич у "Підручникові історії української літератури" писав: "Коцюбинський - поет настрою, поет психологічних переживань, у прірві криється сюжет, зникає або десь ховається на задньому плані. Отже, психологізм - то незід'ємна і органічна риса літературної манери Коцюбинського". Визначальними імпресіоністичні риси стали пізніше, в період 1900-1904 рр. Цей період ("Поєдинок" (1902), "Цвіт яблуні" (1902), "Лялечка" (1901)) характеризувався великим впливом Г.Мопассана. Новели М.Коцюбинського цього періоду дуже музикальні. Мова його творів ритмічна і плавна.

М.Коцюбинський вдало розвиває інтерпретацію не тільки звуків, але й кольорів. Найбільше він полюбляє світлі тони, це відповідає його емоційному запалові. М.Коцюбинський намагається зафіксувати найтонші відтінки кольору, які б відповідали певному часу і місцю. М.Коцюбинський виявив неабиякий хист у створенні зорових і слухових образів. І в цьому одна з найістотніших ознак його індивідуальної художньої манери.

Таким чином, М.Коцюбинський зруйнував узвичасні межі поезії й прози, повернув мистецтву його первісну, давньогрецьку назву, бо його проза - за суттю та сама поезія. Образи Коцюбинського бачимо, чуємо, сприймаємо дотиком, часом навіть відчуваємо запах, вони впливають на інтелект і душу, збуджують бажання, перетворюють звичайне в щось поетичне і раніше незнане.

17. "ВНУТРІШНЯ" РЕКЛАМА ВИДАВАННЯ: ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ, ВИХОВАННЯ ЧИТАЧА

Колтун Н.З. - студентка 3 курсу
(Українська академія друкарства)

Науковий керівник: к.ф.н., доц. Зелінська Н.В.

На книжковому ринку, що складається із якісно і тематично

однорідних видань, часто засоби реклами застосовуються саме до чидань неадекватної художньої якості, натомість, книги високохудожні залишають поза увагою. І тому читачеві важно вибрати потрібне видання, якщо воно позбавлене чіткої рекламної функції. Маємо на увазі рекламну роль окремих елементів видання. Видавцям необхідно розумно підходити до створення цих елементів: орієнтуватися на рівень підготовки читача, коло його інтелектуальних зацікавлень, а звідси добирати засоби реклами.

1. Зовнішнє оформлення. Формує наше уявлення про книгу, про певні її змістовні особливості - і у цьому його пряме рекламне значення-зовнішня краса книги, увиразнюючи її основний зміст і завдання, приваблює читача і формує попит на книгу, а отже, виправдовує власну рекламу. Вдале поєднання всіх засобів художнього оформлення поряд із змістовним навантаженням, спонукають до читання книги.

2. Назва книги. Несе рекламне навантаження. Основна функція - зацікавити читача, ввести його в світ твору, заінтригувати своєю рекламно-психологічною продуманістю. Риси, притаманні вдалій назві - простота, точність, ясність, яскравість, можливо, деяка тасмнічість, естетична виразність. Всі разом вони формують успіх назви.

3. Прізвище автора. Чим більше знайомий письменник, тим більше йому довіряємо (тобто автор "рекламує" сам себе). Натомість, дуже недовірливо ставляться читачі до нових видань незнайомих авторів. Без реклами такої книги прізвище автора не матиме ефекту, і ми обминемо увагою, можливо, хорошу книгу. У цьому випадку прізвище автора безпосередньо пов'язане з іншими рекламними елементами книги.

4. Анотація - чи не найважливіший засіб реклами: вона повинна дати повне уявлення про зміст твору, викликати у читача конкретний інтерес, змусити його до придбання і прочитання книги.

5. Вступна стаття набуває особливого рекламного значення у виданнях нових творів або творів незнайомих письменників, вона містить історико-літературний матеріал про автора, ідейну та художню оцінку його творів, отже допомагає читачеві найповніше ознайомитись із письменником, його твором і осмислити його творчість.

Завдання видавців - зробити наш книжковий ринок більш привабливим і високоякісним, підвищити рекламну культуру книги.