

4. Михайлов В. А. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества / В. А. Михайлов, С. В. Михайлов // Актуальные проблемы теории коммуникации : сб. науч. трудов. — СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. — С. 34–52.
5. Філіпова Л. Я. Інтерактивні комунікації в структурі дистанційного навчання / Л. Я. Філіпова, О. В. Олійник // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія : наук. журнал / Держ. акад. керівн. кадрів культури і мистецтв. — К. : ДАКККіМ, 2008. — № 4. — С. 59–63.
6. Залаев Г. З. Анализ и классификация электронных документов / Г. З. Залаев // Вестн. архивиста. — 1999. — № 2–3 (50–51). — С. 60–68.
7. Глушик С. В. Сучасні ділові папери / С. В. Глушик, О. В. Дияк, С. В. Шевчук. — 4-те вид., переробл. і допов. — К. : Вид. А. С. К., 2003. — 400 с.
8. Асеев Г. Г. Методологія електронного документообігу: динамічні архіви / Г. Г. Асеев // Вісн. Кн. палати. — 2005. — № 11. — С. 22–25.
9. Маркова О. Ю. Коммуникативное пространство вуза: субъекты, роли, отношения / О. Ю. Маркова // Коммуникация и образование : сб. статей / под ред. С. И. Дудника. — СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, 2004. — С. 345–364.
10. Прохоров А. Н. Документооборот с использованием технических средств: юридическая сила электронного документа / А. Н. Прохоров, Д. Куциняк // Компьютер пресс. — 2005. — № 1. — С. 172–176.
11. Amin Shokrollahi, LDPC Codes: An Introduction. — Fremont : Digital Fountain, Inc, 2003. — 34 p.
12. Захарова О. А. Расширение информационно-коммуникативного пространства культуры в аспекте современных социокультурных изменений [Электронный ресурс] / О. А. Захарова // Вест. Росс. акад. гос. службы при Президенте Российской Федерации. — Режим доступа : <http://oad.rags.ru/vestnikrags/issues/issue0109/010906.htm>. — 2009. — № 1 — Загл. с экрана.
13. Кравченко А. Ю. ИКТ и интенсивное развитие личности в контексте непрерывного образования / А. Ю. Кравченко, С. В. Савлева // Информационно-коммуникативное пространство как новая среда личности : материалы конф., (Запорожье, 5–7 мая 2010 г.). — Запорожье, 2010. — С. 25–30.

Надійшла до редколегії 5.03.2014 р.

УДК 007: 655.4 (477)

А. Ю. МИКОЛАЄНКО

### **УКРАЇНСЬКИЙ ПЕРІОД ВИДАВНИЦТВА «СМОЛОСКИП» (1992–2013): ТРАНСФОРМАЦІЇ РЕДАКЦІЙНО-ВИДАВНИЧОГО ПРОЦЕСУ**

*Розглянуто український період діяльності видавництва «Смолоסקип», проаналізовано трансформації його редакційно-видавничого процесу в умовах сучасного конкурентного ринку та розвитку інформаційних технологій.*

*Ключові слова: видавництво «Смолоסקип», Осип Зінкевич, трансформації, редакційно-видавничий процес.*

*Рассмотрено украинский период деятельности издательства «Смолоскип» («Факел»), проанализированы трансформации его редакционно-издательского процесса в условиях современного конкурентного рынка и развития информационных технологий.*

**Ключевые слова:** *издательство «Смолоскип» («Факел»), Осип Зинкевич, трансформации, редакционно-издательский процесс.*

*The article considers the Ukrainian phase of the publishing house «Smoloskyr» («Torch»), it analyses transformations of its editorial and publishing process in today's conditions of competitive market and development of information technologies.*

**Keywords:** *publishing house «Smoloskyr», Osyp Zinkevych, transformations, editing and publishing process.*

Зміна державного устрою на початку 1990-х рр., що супроводжувалося крахом радянських ідеалів та зняттям заборон на недозволені раніше теми, помітно позначилася на книговидаванні України. Державні видавництва виявилися не готовими протидіяти економічній кризі, а новоствореним приватним видавництвам бракувало практичного досвіду діяльності. За часів незалежної України соціально-економічна ситуація в галузі видавничої справи поступово стабілізувалася завдяки трансформаціям редакційно-видавничого процесу, що пов'язані з активною діяльністю видавництв, спрямованою на залучення читачької аудиторії та пошуком ефективних способів популяризувати себе на книжковому ринку. Загальний розвиток і трансформації видавничої діяльності в незалежній Україні були об'єктом досліджень таких українських науковців, як О. Афонін, Н. Кучина, В. Маркова, В. Теремко, М. Тимошик, В. Шпак, проте донині ця проблема недостатньо вивчена в аспекті досвіду окремих видавництв.

В умовах сучасного конкурентного ринку особливо актуальним є дослідження діяльності видавництв приватної форми власності. Від початку 1990-х рр. понині такі видавництва активно вдаються до суттєві трансформації у своїх проєктах для утримання авторитету серед читачів. Одним із перших приватних видавництв, які виникли в незалежній Україні, був «Смолоскип». Розпочавши свою діяльність у діаспорі (1966), він у радянські часи став рупором дисидентів материкової України, оскільки концентрував увагу на випуску самвидаву та літератури, забороненої в СРСР. Протягом українського періоду діяльності (з 1992 р.) «Смолоскип» міцно утвердився на книжковому ринку як видавництво, що реабілітує твори, заборонені в СРСР і підтримує молодих письменників.

Внесок «Смолоскипа» в розвиток сучасного книговидавання частково відображений у дисертації І. Копистинської, де, зокрема, з'ясовано унікальне значення організованого видавництвом конкурсу для молодих літераторів. Заслужують на увагу також матеріали про видавництво в періодичних та Інтернет-виданнях (газети «Дзеркало тижня», «Літературна Україна», «Українська газета плюс», «Україна молода», журнал «Welcome to Ukraine Magazine»), сайти «Літакцент», «Буквоїд»), у яких автори — Н. Позняк, А. Астаф'єв, Я. Дубинянська, О. Коцарев розкрили деякі ас-

пекти редакційно-видавничого процесу «Смолоскипа» в Україні (видання альманахів та антологій, організація семінарів творчої молоді та літературного конкурсу). Великий обсяг фактичного матеріалу з означеної теми містять такі публікації в часописі «Смолоскип». Проте досі бракує комплексного дослідження стосовно змін у роботі видавництва, пов'язаних з українським періодом функціонування. Тож мета цієї статті — виявити трансформації редакційно-видавничого процесу діаспорного видавництва «Смолоскип», викликані переїздом в Україну.

Незважаючи на тривалий досвід видавництва в еміграції, перед «Смолоскипом» в Україні постали завдання, які потребували оперативного вирішення: по-перше, адаптуватися до нових соціальних, економічних та політичних умов діяльності; по-друге, визначитися з майбутнім напрямом книговидавання. Зміни державного устрою в книговидавничій справі на початку 1990-х рр. привели, на думку Н. Кучини, «до перерозподілу соціальних статусів значної частини населення України і як наслідок, — формування в нього нових інтересів» [5, с. 10]. Саме тому видавництво «Смолоскип», що за кордоном торувало шлях до державності, мусило шукати нових шляхів та видавничих концепцій з метою зайняти власну нішу на книжковому ринку і знайти свою читацьку аудиторію.

Як слушно зауважив В. Даниленко, «у 90-ті роки українські письменники вперше опинилися в ситуації, коли державні видавничі та рекламні механізми вже не діяли, а комерційні ще не діяли» [3, с. 132]. Видавництва не могли приділяти належної уваги не тільки молодим, а й визнаним літераторам. В. Шпак, вивчаючи трансформації видавничої галузі в Україні в період переходу від планово-адміністративної до ринкової системи управління, кризові явища у видавничій справі пояснив так: «Серед основних причин занепаду — не лише загальноекономічні кризові явища, а й відсутність державної політики, що сприяє розвиткові (недостатнє політичне, економічне та правове забезпечення підтримки видавничої справи, ігнорування специфіки цієї важливої сфери економіки і культури, сприйняття ролі книжки як стратегічного продукту тощо)» [12]. Натомість літературний процес тривав і потребував розвитку.

На часі виявилася ініціатива «Смолоскипа» підтримувати молодих авторів у випуску їхніх дебютних книжок. Цей напрям не був кардинальним переворотом у діяльності видавництва, яке створене в США на основі однойменного журналу молоді. У листі до української громади в США та Канаді засновник «Смолоскипа» Осип Зінкевич зазначив: «Ми дивимося на Україну майбутнього, на молодь, яка за п'ять-десять років буде будувати українську державу і керувати нею. Але превелику частину тієї молоді треба сьогодні українізувати і дерусифікувати. Одна з можливостей — це українськомовна книжка, це витиснення з України російськомовної халтури, яка так негативно впливає на національний і духовний розвиток молодого покоління» [8, с. 1].

«Смолоскип» продовжив і свою діаспорну місію — виданнями творів Розстріляного Відродження, шістдесятників, дисидентів, самвидаву, які були заборонені й недоступні в радянські часи і виходили друком лише за кордоном. Специфіка видавничого репертуару «Смолоскипа», безпо-

середньо пов'язана з попереднім періодом діяльності в США, вирізняла його серед інших видавництв в Україні. З цього приводу точно висловився Н. Богдан: «Смолоскип» плекає своєрідну просвітницьку мету, покликану зберегти й посилити зв'язок поколінь, видаючи водночас твори Розстріляного Відродження, шістдесятників і юних авторів — лауреатів літературного конкурсу видавництва, імена багатьох з яких вже добре відомі в Україні» [1, 5].

У зв'язку з переїздом видавництву довелося вирішувати багато організаційних завдань. О. Зінкевич після двомісячного перебування в Україні в 1992 р. зауважив: «...Маємо в Києві прекрасну квартиру, створили спільне підприємство з простою назвою «Смолоскип», яке стало юридичною особою, відкриваємо у центрі Києва у книгарні СПУ «Сяйво» відділення видань «Смолоскипа» і української діаспори» [9, 1]. Першочерговим стало налагодження контактів зі ЗМІ та діловими партнерами: молодіжними організаціями, поліграфічними підприємствами тощо. О. Зінкевич виступав на центральному київському телебаченні, давав інтерв'ю кільком радіостанціям, газеті «Молодь України». Його статті друкувалися на шпальтах «Літературної України». Крім організаційних моментів, вирішувалися також адміністративні питання, зокрема забезпечення видавництва приміщенням, яке надало змоги ширше розгорнути діяльність. Нині при «Смолоскипі» функціонує Музей-архів українського самвидаву та книгарня «Смолоскип», у яких проводяться численні літературно-мистецькі заходи.

На відміну від діаспорного періоду, коли структура видавництва не була чітко регламентованою й робота здійснювалася переважно за допомогою телефонного зв'язку та кореспонденції, в незалежній Україні структуру видавництва становлять такі взаємозалежні ланки: засновники, директор, головний бухгалтер і два відділи — редакційний (на чолі з відповідальним редактором) та реалізацій. На думку Н. Кучини, в умовах ринкової конкуренції «ефективність процесу управління визначається переважно його організацією, що характеризується мінімально необхідною кількістю ланок у системі його управління» [5, 14]. Управління «Смолоскипа» зважене й зумовлене об'єктивними показниками практичної діяльності. Видавництво юридично зареєстроване як товариство з обмеженою відповідальністю, його вищим органом управління є Загальні збори учасників товариства, які обирають його Голову, директора і секретаря на строк до трьох років. Директор — це вища посадова особа видавництва, котре займається питаннями кадрів та відносин із трудовим колективом і призначає на посади керівників структурних підрозділів та головних спеціалістів видавництва. З огляду на невелику кількість у «Смолоскипі» штатних працівників, варто зазначити, що до багатьох проектів видавці долучають позаштатних фахівців — художників, редакторів, дизайнерів. Гнучка структура видавництва не переобтяжена зайвими розділами та підрозділами, характерними для пострадянських видавництв. Така структура надає змоги «Смолоскипу» вчасно прилаштовуватися до ринкових вимог завдяки принципам сучасного менеджменту.

Нині видавництво «Смолоскип» постійно реагує на нові тенденції не лише в текстах письменників-постмодерністів, а й у художньо-технічному

оформленні та поліграфічному виконанні своїх видань. У цьому аспекті до речним є погляд на культуру сучасного видання В. Медведевої: «Якими б не були вагомими посилання на характер сучасного книжкового ринку, з його позитивним і негативним сенсом, також на новітнього читача з його цілком відмінним світобаченням, смаками, маючи на увазі й віковий ценз, ми не обминемо того факту, що зазнали змін власне аура культури, її форма, а також вміст» [7, с. 13]. Віддзеркалення тенденцій культури в книжкових виданнях нині особливо виразне: зміст і форма нинішніх книжок відрізняється, кардинальним чином, наприклад від видань двадцятирічної давності. Культура сучасних видань формується в суспільстві інформації, новітніх технологій і якісно нових життєвих позицій та цінностей читачів.

Для успіху видавцям нині недостатньо лише фахової майстерності та знань. В. Теремко слушно наголосив: «Для виживання в сучасному нестійкому глобалізованому інформаційному середовищі необхідно навчитися працювати на метарівні — у просторі різноглибинних, різноспрямованих і різномасштабних викликів» [11, с. 4]. Саме тому «Смолоскип» позиціює себе як видавництво, що постійно розвивається, шукає нових авторських і дизайнерських рішень у творенні видань, при цьому вдаючись до сміливих і неочікуваних кроків.

Наочним прикладом новаторської редакційної діяльності «Смолоскипа» є книжка, в якій опубліковано роман М. Хвильового «Вальдшнепи» та спробу його продовження — повість А. Сокола «Аглая» [10]. Версія, запропонована представником української громади в США ще в 1960-х рр., — безпрецедентне явище в українській літературі, спроба опанування нового жанру — повісті-продовження, повісті-полеміки. Творчий експеримент А. Сокола, який свого часу відважився взяти слово в класика й розпочати з ним своєрідний літературний діалог, реалізувало видавництво «Смолоскип» через півстоліття. Проте надрукована книжка не втратила актуальності й викликала обговорення критиків і літературознавців, які акцентували на її унікальності й новаторстві в контексті українського літературного процесу.

Експериментальним форматом збірника статей «Історії літератури» [4] видавництво намагалося привернути увагу читачів до філологічних наук. У цьому збірнику поєднано два текстові блоки: на парних сторінках надруковано перший текст, на непарних — другий. У виданні кожна стаття має окрему нумерацію сторінок; замість анотації застосовано «хмарку тегів» — елемент, запозичений з Інтернет-простору; колонтитули на кожній сторінці містять стислі «коментарі-заголовки» від видавців. Верстка видання, в якій на сторінках передбачено багато вільного місця, це надає змоги читачам використовувати його для власних позначок.

Трансформації змісту і форми надрукованих видань «Смолоскипа» пояснюються сучасними тенденціями видавничої справи та змінами в книжковій комунікації. Як зазначила В. Маркова, «книга поступово набуває таких елементів, що сприяють подоланню її монологічної природи, тобто всю історію еволюції книги можна розглядати як історію набуття нею здатності до діалогічних відносин із читачем, обмеженості однолінійної трансляції думок від автора до читача [6, с. 21]. На основі вищезрозгля-

нутих видань, надрукованих «Смолоскипом», є всі підстави стверджувати, що новаторськими підходами у творенні книжок видавництво намагається привабити до своєї діяльності якомога більшу увагу потенційної читацької аудиторії, а також наблизити книжкову комунікацію до електронної, імітуючи в паперових виданнях елементи гіпертексту.

В умовах інтеграції книжкової комунікації в електронне комунікативне середовище неодмінною в діяльності будь-якого сучасного видавництва стала наявність в Інтернет-просторі. «Смолоскип», представляючи свою діяльність на сайті, перебуває в постійному діалозі з читачами. Завдяки інтерактивності традиційна комунікаційна схема «автор — видавництво — читач» утратила чітку визначеність, оскільки, на думку В. Маркової, виникла фігура користувача [6, 32]. Інтернет-комунікації суттєво позначилися на поведінці й авторів, і читачів. Нині опублікувати ту чи іншу книжку — недостатньо для вимогливої аудиторії: вихід друком видання лише в тому разі стає подією, коли про нього заявлено в Інтернет-мережі. Вхідження в Інтернет-простір позитивно відобразилося на проектах «Смолоскипа». Надруковані видавництвом книжки активно представлені на багатьох сайтах: спеціалізованих, які постійно відстежують видавничі новинки («Друг читача», «Укр. Літ», «Літакцент», «Буквоїд», «Читомо») та інформаційних («Українська правда», «Zaxid.net», «Телекритика» тощо). Можливість обговорень і дискусій у коментарях на сайтах сприяє тому, що інформаційне поле видавництва «Смолоскип» в Інтернеті формується значно швидше, ніж через персональні зв'язки з читачами.

Завдяки сучасним інформаційним технологіям трансформувалися і сутність, і структура редакційно-видавничого процесу. Технічні можливості спростили й пришвидшили набір текстів, коректуру, редакторську і дизайнерську роботи. Нинішні умови позитивно позначилися на якості продукції видавництва «Смолоскип».

Крім трансформацій у внутрішній структурі й організації діяльності «Смолоскипа», нового рівня набули й міжнародні зв'язки видавництва. З переїздом в Україну видавництво змогло підсумувати свою багаторічну правозахисну діяльність у США, що спрямована, зокрема, на захист українських спортсменів СРСР. В одному з матеріалів бюлетеня «Смолоскип» зазначено: «Майже на всіх Олімпійських Іграх, починаючи від 1956 р., Україна була присутня, про українських олімпійців знав світ, але щойно в 1996 році, через сорок років, в Атланті Україна була не лише присутня, але й вперше в історії брала участь в Олімпіаді як самостійна і незалежна держава» [2, 3]. В еміграції видавництво «Смолоскип» активно вболівало за надання українським спортсменам права під час світових спортивних змагань виступати самостійно, а не в складі команд СРСР. Більше того, завдяки зусиллям «смолоскипівцям» було проведено численні акції під час Олімпійських ігор та Міжнародних спортивних чемпіонатів. Тому на шпальтах бюлетеня «Смолоскип» представники видавництва неодноразово нагадали читачам про свою попередню діяльність, до якої доклали немало зусиль.

З початком українського періоду діяльності видавництва «Смолоскип» його зарубіжні представництва в США та Канаді (на чолі з Олексієм Шевченком та Всеволодом Соколикком) не припинили функціонування,



проте весь редакційно-видавничий процес було перенесено в Україну. У 1994 р. представники видавництва громаді української діаспори надіслали «Меморандум-пропозиції» про план та методи роботи «Смолоскипа» в Києві. З метою реалізації змісту цього документа створено «Фонд української книжки» «для видавання в наступних роках ДОБРИХ книжок українською мовою масовими тиражами. Не по кілька тисяч — а при найменше по 50 і 100 тисяч» [8, С. 1]. Підтримка української діаспори, яку «Смолоскип» не втратив, переїхавши в Україну, стала надійною запорукою його успішного розвитку.

Нових форм співпраці із зарубіжними організаціями й установами набули міжнародні зв'язки «Смолоскипа». Українські матеріали з Музею-архіву українського самвидаву, а також Архіву Інституту літератури НАНУ експонувалися на виставці «Самвидав. Альтернативна культура в Центральній і Східній Європі від 1960-х до 1980-х рр.», організований Інститутом досліджень Східної Європи Бременського університету (Німеччина). Експонати виставлено в Берліні, Празі, Брюсселі, Будапешті. Виставку відвідали численні високоповажні гості й урядовці: у Празі, наприклад, у відкритті виставки взяв участь президент республіки і колишній дисидент Вацлав Гавел, що засвідчує неабиякий резонанс і подієвість виставки.

Обмін досвідом із польськими видавцями забезпечила участь видавництва «Смолоскип» у міжнародному книжковому ярмарку у Варшаві за сприяння Посольства Польщі в Україні (2006). Під час ділових зустрічей з представниками польської видавничої індустрії було налагоджено важливі контакти з президентом найбільшої маркетингової компанії в галузі книговидавання «Book Marketing Research» Яцеком Влодарчиком, президентом мережі книжкових магазинів «Емпік» паном Ейялом Лагавом та ін.

Отже, трансформації редакційно-видавничого процесу видавництва «Смолоскип» відбувалися у зв'язку з його переїздом в Україну та адаптацією до сучасних конкурентних умов функціонування, суть яких — перехід від підпільної діяльності видавництва в діаспорі до роботи із сучасними молодими авторами в Україні. При цьому «Смолоскип» не втратив зв'язку поколінь, видаючи твори Розстріляного Відродження, шістдесятників і лауреатів літературного конкурсу «Смолоскип». Трансформації, пов'язані зі структурою та організацією діяльності видавництва, сучасним змістом і формою видань, завдяки комунікативним зв'язкам «Смолоскипа» надали йому змоги знайти свою нішу на сучасному книжковому ринку. Ця стаття не вичерпує всіх аспектів досліджуваної проблеми, яка потребує подальшого вивчення контексту трансформацій у видавничій галузі другого десятиліття ХХІ ст.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Богдан Н. Про те, як Вінграновський Чернівці підкорив / Наталія Богдан // Літературна Україна. — 2013. — № 49. — С. 5.
2. Вітаємо олімпійську Україну // Смолоскип. — 1996. — № 8 (13). — С. 3.
3. Даниленко В. Лісоруб у пустелі: Письменник і літературний процес / В. Даниленко. — К. : Академвидав, 2008. — 352 с.

4. Історії літератури : зб. ст. / упоряд. О. Галета, Є. Гулевич, З. Рибчинська. — К. : Смолоскип, 2010. — 184+184 с.
5. Кучина Н. І. Розвиток книговидавничої справи в незалежній Україні : автореф. дис. ... канд. іст. наук / Н. І. Кучина; Київ. нац. ун-т. культури і мистецтв. — К., 2007. — 20 с.
6. Маркова В. А. Книжкова комунікація: теорія, історія, перспективи розвитку : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. ком. / В. А. Маркова; Харк. держ. акад. культури. — Х., 2011. — 43 с.
7. Медведєва В. Книга як символ культури і феномен ризику / Валентина Медведєва // Вісн. Книжк. палати. — 1999. — №1. — С. 13–14.
8. Музей-архів українського самвидаву при Міжнародному благодійному фонді «Смолоскип», м. Київ, архів Зінкевича О. С., 33. ЛМ «Смолоскип» в Україні 1992–1996, Лист до української громади в США та Канаді О. Зінкевича від лютого 1994 р., 1 арк.
9. Музей-архів українського самвидаву при Міжнародному благодійному фонді «Смолоскип», м. Київ, архів Зінкевича О. С., 33. ЛМ, 1(2) Листування редколегії «Смолоскипа», Лист О. Зінкевича співробітникам видавництва «Смолоскип» від липня 1992 р., 3 арк.
10. Сокіл. Аглая. Хвильовий М. Вальдшнепи / Артем Сокіл, Микола Хвильовий. — К. : Смолоскип, 2010. — 222 с.
11. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія / Василь Теремко. — К. : Академвидав, 2012. — 323 с.
12. Шпак В. І. Трансформації видавничої справи України у період переходу від командно-адміністративної до ринкової системи управління (1990–2010 рр.) [Електронний ресурс] / В. І. Шпак // Гілея : зб. наук. пр. — 2010. — №41. — Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Gileya/2010\\_41/Gileya41/F25\\_doc.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2010_41/Gileya41/F25_doc.pdf).

Надійшла до редколегії 10.02.2014 р.

УДК 316.472.4:165.242.2

**Ю. Ю. ВЕЛИКИЙ**

### **ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ НА СУСПІЛЬСТВО**

*Аналізуються системи засобів масової інформації, їх роль у формуванні національної ідеї, громадської думки, суспільної свідомості.*

*Ключові слова: комунікація, мас-медіа, свідомість, підсвідомість, глобалізація, маніпуляція.*

*Анализируются системы средств массовой информации, их роль в формировании национальной идеи, общественного мнения, общественного сознания.*

*Ключевые слова: коммуникация, масс-медиа, сознание, подсознание, глобализация, манипуляция.*

*Analyzes the media system, its role in the formation of the national idea, public opinion, public consciousness.*

*Key words: communication, mass-media, consciousness, subconsciousness, globalization, manipulation.*