

КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



СКІБАН ОЛЕНА ІВАНІВНА

УДК 070:002.2-045.23](477)"1990/2000"(043.3)

**КНИЖКОВА ПРЕСА В УКРАЇНІ 1990–2000-х рр.:
ТЕМАТИКО-ТИПОЛОГІЧНІ ТА ПРОМОЦІЙНІ АСПЕКТИ**

27.00.04 – теорія та історія журналістики

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата наук із соціальних комунікацій

Запоріжжя – 2020

Дисертацією є кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Роботу виконано в Українській академії друкарства.

Науковий керівник – доктор наук із соціальних комунікацій, професор
ОГАР Емілія Ігорівна,
Українська академія друкарства,
завідувач кафедри ПР та журналістики.

Офіційні опоненти: доктор наук із соціальних комунікацій, професор
СНІЦАРЧУК Лідія Віталіївна,
Львівська національна наукова бібліотека України
ім. В. Стефаника НАН України,
заступник генерального директора з наукової роботи;

кандидат філологічних наук, доцент
ХІТРОВА Тетяна Володимирівна,
Національний університет
«Запорізька політехніка»,
доцент кафедри журналістики.

Захист відбудеться «18» грудня 2020 р. о 9⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 17.127.05 Класичного приватного університету за адресою: 69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70б, ауд. 222.

З дисертацією можна ознайомитися в Науковій бібліотеці Класичного приватного університету за адресою: 69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70б, ауд. 114.

Автореферат розісланий «18» листопада 2020 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



С. В. Белькова

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Обґрунтування вибору теми дослідження. Важливу роль у формуванні упродовж 1990–2000-х рр. нового українського соціокомунікаційного простору відіграла система засобів масової комунікації і, передовсім, пресові масмедіа, загальні та спеціалізовані: саме вони стали основним майданчиком для опанування нових професійних стандартів журналістики, ринкового формату функціонування, формування нових журналістських практик.

Особливе місце у формуванні української преси сучасної незалежної України посідають спеціалізовані пресодруки книжкової тематики (книжкова преса): висвітлюючи результати креативної активності письменників, ілюстраторів, букдизайнерів, видавців, ув'язуючи їх із запитами й смаками читачів, вони відображають ставлення в тогочасному українському соціумі до книги та читання, фіксують стан актуального літературно-видавничого процесу зокрема й культурної сфери загалом. Їхнє дослідження надає змогу відстежити тенденції становлення ЗМІ відповідного типу в українському масмедійному просторі й водночас відтворити загальну картину становлення нової української літератури, книго- та пресовидання, а також тих науково-практичних галузей, що займаються їхнім осмисленням на теоретичному рівні. Цим зумовлена актуальність обраної теми.

Теоретичне підґрунтя дослідження сформували, зокрема, праці, присвячені:

– *історії української преси й журналістики, пресознавства як наукової дисципліни*: Н. Антонюк, А. Бессараб, О. Богуславського, Н. В. Зелінської, В. Качкана, І. Крупського, В. Лизанчука, І. Михайлина, М. Нечиталюка, В. Різуна, М. Романюка, Г. Рудого, Н. Сидоренко, Л. Сніцарчук, Т. Хітрової, В. Чернякова та ін.;

– *теорії журналістики та пресознавства*: О. Аكوпова, Ю. Головіна, В. Здоровеги, Р. Зініна, В. Іванова, Ю. Кирилової, О. Москаленка, Є. Полежаєва, Б. Потятиника, Є. Прохорова, О. Тертичного та ін.;

– *розвитку української видавничої справи, книгорозповсюдження, бібліотечної справи впродовж хронологічних рамок дослідження*: О. Афоніна, К. Індутної, І. Копистинської, М. Сенченка, М. Тимошика, В. Шпака та ін.

Вагомими для дослідження були розвідки, в яких вивчалися ті чи інші аспекти періодики відповідної тематики, зокрема:

– *генега книгознавчої періодики в історії українського пресовидання першої третини ХХ ст.*: О. Антоник, В. Бездрабко, М. Бутирина, Т. Гринівського, Г. Ковальчук, Е. Огар, О. Пастушенко, І. Плехової, Л. Сілевич, Н. Солонської та ін.;

– *специфіка формування фахового (наукового) журналу для видавців*: Л. Дмитрів, М. Макуха та бібліотекарів: Л. Бейліс;

– *функціонування спеціалізованих онлайнмедіа*: С. Водолазької, Т. Єжижанської, Е. Огар;

– *особливостей просування видавничої продукції засобами спеціалізованої періодики*: Н. М. Зелінської, І. Копистинської, Г. Ключковської, А. Судина та ін.

Однак як масмедійне (пресове) явище книжкові пресодруки 1990–2000-х рр. в українській соціокомунікативістиці системно ще не розглядалися. Це й зумовило потребу в дослідженні цього сегмента української спеціалізованої преси із журналістикознавчої, зокрема пресознавчої, перспективи, в усій сукупності

періодичних видань, що його сформували й створили в соціуму сталий попит на відповідний тип масмедійного контенту.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Проблематика дисертації пов'язана з науковою темою кафедри медіакомунікацій Української академії друкарства «Оптимізація сучасного видавничого продукту: світовий досвід та національні особливості» (державний реєстраційний номер РК 011U000132), одним з виконавців якої є здобувачка.

Мета й завдання дослідження. *Мета дослідження* – виявити тенденції формування функціональних, жанрово-тематичних особливостей українських книжкових пресодруків, що виходили на зламі ХХ–ХХІ ст., та їхній промоційний потенціал.

Для досягнення мети передбачено вирішення низки *завдань*:

- окреслити основні підходи та результати дослідження спеціалізованої преси загалом та пресодруків книжкової тематики зокрема;
- визначити концепт «книжкова преса» й типоформувальні ознаки її як типу друкованого засобу масової інформації культурного спрямування;
- відстежити тяглість традиції видавання книжкової преси на різних етапах української історії, окреслити її роль у появі сучасних мережевих масмедіа аналогічної тематики;
- визначити особливості формування відповідного типу преси 1990–2000-х рр.;
- окреслити соціально-функціональне призначення аналізованих пресодруків, зокрема їхні рекламно-промоційні функції, й актуальну для означеного періоду проблематику та тематику;
- виявити взаємозв'язок між типологічними характеристиками пресодруків та жанровою палітрою публікацій.

Об'єкт дослідження – пресодруки книжкової тематики, що виходили в Україні впродовж 1991–2011 рр.

Предмет дослідження – типоформувальні ознаки (видавець, цільові настанови, читацька аудиторія), сутнісні та формальні типологічні ознаки; цільові настанови рекламного характеру.

Хронологічні межі дослідження охоплюють 1991–2011 рр. Нижня межа репрезентативного періоду пов'язана з початком після проголошення незалежності України принципово нового етапу в розвитку власне української (за сутнісними характеристиками) друкованої періодики книжкової тематики. Верхня межа відповідає року, коли вихід друкованої книжкової періодики масового характеру припинився остаточно (газета «Друг читача» повністю перейшла в цифровий формат). Паперову форму зберегли лише наукові спеціалізовані збірники та науково-практичні журнали, що видаються профільними вищими закладами освіти.

Емпірична база дослідження: річники газети «Друг читача» (1990–2010, 830 ч.); газети «Книжкова тека» (1994–1997, 124 ч.); журналу «Книжковий клуб» (1996–2000, 768 ч.); журналу «Книжник-review» (2000–2008, 1920 ч.); журналу «Палітра друку» (1994–2006, 568 ч.).

Методи дослідження. У дослідженні було використано комплекс наукових методів: *історичний* – для визначення характеру трансформації преси як об'єкта вивчення в українському журналістикознавстві та пресознавстві, для реконструювання української історії формування преси окресленого типу (підрозділи 1.1, 1.3); *контекстуальний* – для вивчення впливу соціально-політичних, культурних, ринкових факторів на формування системи тематико-рубрикаційних комплексів окресленої преси (підрозділ 1.3); *аналітико-синтетичного опрацювання інформації та узагальнення* – для визначення особливостей сучасної тематично спеціалізованої преси як об'єкта дослідження, визначення концепту «книжкова преса» (підрозділ 1.2), для виявлення типологічних, функціональних і структурних особливостей пресодруків окресленої тематики (розділ 2); *контент-аналізу з елементами дискурсивного аналізу* – для встановлення взаємозалежності між типологічними характеристиками та рубрикаційною організацією видань, їхнім контентом; для окреслення й інтерпретації масиву текстів різних жанрів та різної тематики, на основі яких розглядаються основні тенденції формування тогочасного літературно-видавничого процесу й книжкового ринку загалом (розділи 2, 3); *порівняльний* – для аналізу річників пресодруків різних років (розділи 2, 3); *описово-аналітичний* – для ідентифікації факторів, характерних для журналістського способу рефлексій на визначальні явища та процеси тогочасного книжкового ринку (розділи 2, 3); *системний* – для визначення місця аналізованих часописів у системі книжкової періодики, книжкової періодики в системі тогочасної української преси загалом, їхньої ролі у формуванні фундаменту для сучасних тематично спеціалізованих медіа (розділи 1, 2, 3).

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що:

вперше:

– у межах терміносистеми теорії журналістики визначено концепт «книжкова преса» як сукупність спеціалізованих друкованих масмедіа (пресодруків), визначальним критерієм спеціалізації яких обрано тематичну спрямованість, на відміну від поширеного в журналістикознавстві трактування поняття «спеціалізованої преси» як фахової, адресованої спеціалістам певної галузі; «книжковими» означено пресодруки, що спеціалізувалися на висвітленні широкого спектра проблематики, пов'язаної з функціонуванням книги в соціумі;

– обґрунтовано приналежність української книжкової преси до пресових масмедіа (підстави: спеціалізація на комплексній книжковій тематиці як одному з напрямів журналістики культурно-просвітницького спрямування; звернення до широкої читацької аудиторії (непрофесіоналів та професіоналів) з посиленою орієнтацією на певний вид інформаційного продукту (бібліофілів));

– виявлено спільні для окресленого масиву пресодруків тенденції становлення: рух у бік масовизації, як наслідок – розширення читацької аудиторії, перехід до поп-формату, сполучення соціокомунікаційних функцій, спрямованих на задоволення потреб різних фокус-груп (інформаційної, літературно-художньої, навігаційно-оглядової, релаксаційної); активізація в умовах формування українського масмедійного ринку рекламно-промоційних функцій;

удосконалено:

– визначення поняття «спеціалізована преса» (за родовий типоформувальний критерій обрано не фаховий рівень читацької аудиторії та її фахову приналежність, а тематичну ознаку преси);

– теоретико-методологічні засади типологізації пресодруків (обґрунтовано потребу в застосуванні комплексу критеріїв сутнісного (авторський (журналістський) склад, внутрішня структура, жанровий спектр публікацій, графічне оформлення) і формального (періодичність, обсяг, наклад) характеру;

набуло подальшого розвитку:

– спостереження над науковим осмисленням новітньої історії книжкової преси як складової системи засобів масової інформації;

– дослідження в українському журналістикознавстві феномена преси загалом і преси культурного спрямування зокрема.

Практичне значення одержаних результатів полягає в такому:

– *у науково-практичній площині* – спостереження та висновки, викладені в дисертації, поглиблюють розуміння засад функціонування спеціалізованих масмедіа книжкової тематики в українському соціумі, можуть слугувати теоретичним та емпіричним підґрунтям для вивчення загальної картини становлення сучасної української культурної періодики. Основні наукові положення й висновки роботи використано, зокрема, в історико-пресознавчих і бібліографічних дослідженнях новітнього періоду історії української преси та журналістики, здійснюваних Науково-дослідним інститутом пресознавства ЛННБ України імені В. Стефаника (довідка № 111 від 14.02.2020);

– *у практичній діяльності* – результати дослідження історії української книжкової преси, зокрема на новітньому її етапі, використано під час підготовки та проведення інформаційно-просвітницьких програм телерадіокомпанії «Перший Західний» (довідки від 03.06.2020, від 15.06.2020);

– *у навчальному процесі* – отримані теоретичні та практичні результати дослідження використано як матеріали до навчальних дисциплін професійної та практичної підготовки в Українській академії друкарства: «Основи журналістики», «Українська журналістика», спецкурсів і спецсеминарів «Арт-журналістика», «Культурна журналістика», «Книжкова преса», передбачених навчальними планами підготовки фахівців зі спеціальності 061 «Журналістика», освітньо-професійні програми «Рекламні та ПР-комунікації», «Видавнича справа та медіакомунікації» (довідка № 64-10/658 від 17.09.2019). Вони також можуть бути використані іншими вищими закладами освіти, що готують фахівців за спеціальністю 061 «Журналістика».

Особистий внесок здобувача. Дисертацію, автореферат й опубліковані наукові статті, в яких викладено основні положення роботи, здобувачка виконала самостійно.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження доповідалися та обговорювалися на міжнародних, всеукраїнських та міжвишівських наукових і науково-практичних конференціях, серед яких: «V Тикторівські читання. Видавнича справа та редагування в Україні: фах – наука – професійний вишкіл»

(м. Львів, 2007 р.); «Журналістська етика – свобода і відповідальність» (м. Київ, 2008 р.); «Наука і вища освіта» (м. Запоріжжя, 2009 р.); «Фахова підготовка журналістів та редакторів нових медіа: засади та проблеми» (м. Київ, 2010 р.); «Издательское дело и полиграфия» (м. Мінськ, 2017 р.); «Професійне становлення журналіста: традиції та нові підходи» (м. Львів, 2017 р.); «Science and Technology of the Present Time: Priority Development Directions of Ukraine and Poland» (м. Воломін, Польща, 2018 р.); Науково-технічна конференція професорсько-викладацького складу, наукових працівників і аспірантів Української академії друкарства (м. Львів, 2010–2020 рр.).

Публікації. Основні положення й результати дослідження відображено у 18 публікаціях, з яких: 7 – статті в наукових фахових виданнях України, 2 – статті у виданнях, внесених до міжнародних наукометричних баз даних, 1 – стаття в зарубіжному фаховому виданні, 8 – матеріали конференцій.

Структура та обсяг дисертації. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Повний обсяг дисертації – 221 сторінка, з яких основного тексту – 159 сторінок. Список використаних джерел містить 249 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, розкрито зв'язок роботи з науковою програмою, визначено мету, завдання, об'єкт та предмет дослідження, обґрунтовано хронологічні межі та методи дослідження, аргументовано наукову новизну роботи, її теоретичне та практичне значення, зазначено особистий внесок здобувача й апробацію результатів дисертації.

У **першому розділі** – «Українська книжкова преса як історична реалія та об'єкт наукового осмислення» – розглянуто історію формування в українському масмедійному просторі об'єкта дослідження та історію його наукового осмислення в сучасній науці.

У **підрозділі 1.1** «Стан наукового опрацювання проблеми» представлено стан наукового опрацювання окресленої проблематики, виявлено дискусійні, недосліджені та маловивчені наукові аспекти проблеми, що дістали розвиток у дисертації.

Важливі для осмислення та полемізування думки викладені в працях, де обраний об'єкт – книжкові пресодруки першого двадцятиліття незалежності – розглядається в контексті формування фахової (наукової) періодики для видавців і бібліотекарів (Л. Бейліса, Л. Дмитрів, М. Макухи), видавничої та книготорговельної промоції (Г. Грет, І. Копистинської, Г. Ключковської, А. Судина), працях, присвячених вивченню нових медіа книжкової тематики (С. Водозаської, Т. Єжижанської, М. Женченко, Е. Огар), а також у працях, що репрезентують розвиток української видавничої справи, книгорозповсюдження, бібліотечної справи упродовж хронологічних рамок дослідження (О. Афоніна, К. Індутної, І. Копистинської, М. Сенченка, М. Тимошика, В. Шпака та ін.).

Встановлено, що в журналістикознавчому, зокрема пресознавчому, аспекті книжкові пресодруки системно не вивчалися. Обґрунтовано методологічні засади дослідження.

Підрозділ 1.2 «Книжкові пресодруки в історії українського пресовидання» присвячений вивченню традиції періодики окресленого типу в Україні впродовж ХХ–ХХІ ст.

Встановлено, що у видаванні власне української періодики книжкової тематики увиразнюються два важливі періоди: початок ХХ ст. і кінець ХХ – початок ХХІ ст. Внаслідок порівняльного аналізу видань обох періодів виявлено низку спільних характеристик, зокрема: 1) україноцентричний характер матеріалів; 2) нестабільність виходу й обмежена кількість назв, спричинені подібними труднощами з фінансуванням; 3) співіснування двох тенденцій: з одного боку, диференціації періодичних видань, що висвітлювали книжкову проблематику, на ті, що тяжіли до наукової комунікації, передбачаючи підготовленого читача (у «першій хвилі»: «Бібліологічні вісті», «Українська книга»; у «другій хвилі»: «Вісник Книжкової палати», «Друкарство», «Палітра друку», «Поліграфія і видавнича справа»), і ті, що намагалися притримуватися популярного формату, орієнтуючись здебільшого на масового читача («перша хвиля»: «Книгарь», «Книжник», «Добра книжка», «Бібліотечний порадник»; «друга хвиля»: «Книжкова тека», «Книжник», «Книжник-ревію», «Книжковий клуб+»), а з іншого – поєднання на шпальтах одного видання матеріалів, розрахованих на обидві фокус-групи.

Як на початку, так і наприкінці ХХ ст. основними центрами видавання книжкових пресодруків були Київ і Львів. Спорідненою рисою можна також вважати спосіб називання видань: в обидва періоди у назвах часто використовували слова/корені «книга» та «біблію» і похідні від нього.

У *підрозділі 1.3 «Книжкові мережеві ресурси як сучасна медійна платформа»* акцентовано на тому, що книжкові пресодруки 1990–2000-х рр. створили в соціумі попит на відповідний тип контенту, і після їхнього закриття його продукування взяли на себе мережеві масмедіа відповідної тематики («ЛітАкцент», «Буквоїд», «Читомо», «БараБука» та ін.). Мета функціонування цих комунікаційних ресурсів фактично збігається з цільовими настановами та комунікаційними інтенціями їхніх друкованих «попередників». Окрім них, сьогодні участь у формуванні «навколокнижкового» дискурсу беруть також книжкові блогери, зацікавлені інституції (видавництва, бібліотеки) тощо.

У **другому розділі** – *«Формування типу сучасної книжкової преси»* – подано всебічний типологічний аналіз п'ятьох українських пресодруків, що виходили впродовж 1990–2000-х рр. Попри спільну типологічну нішу кожний пресовий проєкт виявився особливим випадком у межах аналізованого сегмента преси.

У *підрозділі 2.1 «Типологічний “портрет” української книжкової преси 1990–2000-х рр.»* визначено теоретичні засади типологізації досліджуваного типу преси загалом, виявлено спільні типологічні ознаки й специфіку кожного конкретного пресодруку, що виявився особливим випадком у межах аналізованого сегмента преси.

У роботі книжкову пресу ідентифіковано як спеціалізовану, при цьому за основний критерій спеціалізації обрано тематичну ознаку. Для деталізованого аналізу обрано вироблені й апробовані на час виходу аналізованих пресодруків типологічні підходи (а отже, синхронні з об'єктом дослідження знання щодо

класифікації друкованих ЗМІ): тріаду універсальних характеристик: тематика–адресність–цільове призначення. За ними досліджувані пресодруки поділено на дві групи: немасові спеціалізовані видання, призначені для фахівців, пов'язаних із медіапродукуванням, книжковою справою загалом: книготорговців, видавців, бібліотекарів, оглядачів, рецензентів тощо («Друкарство», «Вісник Книжкової палати», «Палітра друку», «Поліграфія і видавнича справа» тощо), та масові спеціалізовані видання, призначені для аудиторії з підвищеною орієнтацією на певний вид інформаційного продукту власне книжкової тематики – як непрофесіоналам-бібліофілам, так і фахівцям («Друг читача», «Книжкова тека», «Книжковий клуб/«Книжковий клуб +», «Книжковий кур'єр», «Книжник-review»). Основну увагу в дослідженні приділено пресодрукам другого типу, тому що їм властива визначальна характеристика масмедіа – масовий характер читацької аудиторії.

Оскільки виокремлені фокус-групи книжкової преси апріорі належать до освіченої верстви суспільства, представники якої прагнуть через інформаційний продукт задовольнити потреби в інтелектуальному, мистецькому, духовному розвитку, тому адресовані їм періодичні видання можна віднести до інтелектуальної (або якісної) преси.

У підрозділі 2.2 «*“Друг читача”*: від газети радянського взірця до сучасного мережевого ресурсу» простежено, як трансформувалася концепція книжкового пресодруку з найтривалішою історією функціонування (1960–1992, 2004–2011 рр.).

Упродовж новітнього етапу функціонування це пресове масмедіа пережило кілька трансформацій: 2004 р. його «реанімувало» і вивело в популярний формат видавництва «Зелений пес»; 2008 р. пресодрук перетворився на конвергентне масмедіа; 2011 р. – припинила виходити друкована газета, а «Друг читача» стає літературним порталом.

У центрі уваги в підрозділі 2.3 «*“Книжкова тека”*: перша “довколкнижкова” газета часів незалежності» – одне з перших започаткованих у часи незалежності періодичних видань відповідної тематики.

Газета «Книжкова тека» (Львів, 1994–1997) адресувалася широкій аудиторії (професіоналам і непрофесіоналам), на її шпальтах публікувалися матеріали наукового й науково-популярного характеру. Незважаючи на нерегулярність виходу, невисоку поліграфічну якість, нетривалий термін існування, зумовлені несприятливою зовнішньою кон'юнктурою, у «Книжкової теки» була доволі численна аудиторія з інтелігентної освіченої верстви суспільства, для якої друковане слово й культура читання залишалися важливими ціннісними пріоритетами.

Підрозділ 2.4 «*“Книжковий клуб” та “Книжник-review”*: рух у бік якісної преси для бібліофілів» присвячено двом знаковим в історії сучасної книжкової преси виданням, що фактично утвердили новий тип друкованого масмедіа.

Унікальність пресового досвіду цих видань у тому, що засновники та редакції врахували помилки своїх попередників на ринку преси окресленого сегмента й від самого початку вже репрезентували себе як комерційні пресодруки (про це, зокрема, свідчили їхнє графічне вирішення та якість поліграфічного виконання, велика частка площі, відведена під рекламні оголошення).

За свою видавничу історію обидва пресодруки як масмедіа помітно еволюціонували: заснований 1995 р. як рекламно-інформаційний бюлетень, що розміщував прайслисти на книжкову продукцію, «Книжковий клуб» упродовж 1998–1999 рр. перетворився на затребуваний «щомісячний журнал для видавців, книгорозповсюджувачів та всіх небайдужих до книги», а «Книжник-review» пройшов шлях від напіваматорського відродженого 1990 р. Товариством любителів книги «Книжника» 1920-х рр., що протримався до 1993 р., до якісного культурного часопису. Якщо «Книжковий клуб» був більше зорієнтований на виконання рекламно-промоційних функцій (аналітико-публіцистичні матеріали становили менше ніж 20% від загального масиву інформаційного наповнення), то «Книжник-review» за концепцією, типологічними характеристиками, контентом можна вважати взірцем якісної аналітичної книжкової преси часів незалежності України.

У підрозділі 2.5 «*“Палітра друку”*: міждисциплінарний журнал для “однодумців”» на прикладі періодичного видання з іншої типологічної групи показано, що комерціалізація пресовидання спонукала редакції науково-практичних журналів поєднувати функції наукового інформування з функціями рекомендаційно-навігаційними, популяризації книжкової культури, виховання читацьких смаків, що були розраховані на широку аудиторію – фактично розширювати рамки формату суто професійного видання, робити його затребуваним і з боку непрофесійної аудиторії з підвищеним зацікавленням книжковою проблематикою; а ще – привабливим для рекламодавців. Важливим для дослідження новітньої історії книжкової преси виявився досвід «Палітри друку» як носія контенту рекламно-маркетингового характеру.

У **третьому розділі** – *«Структурно-функціональні та жанрові характеристики книжкових пресодруків»* – виявлено й описано специфіку соціально-функціонального призначення, тематичні пріоритети аналізованих пресодруків, конкретизовано їхні цільові настанови й зумовлену ними жанрову специфіку публікацій.

Підрозділ 3.1 *«Універсальні та особливі соціокомунікаційні функції»* присвячено характеристиці універсальних (для культурної преси) та особливих (для книжкової преси) соціокомунікаційних функцій, виявлених у ході контент-аналізу перелічених пресодруків. До перших можна віднести інформаційно-довідкову функцію, соціального та естетичного виховання, пропаганди/популяризації культурних цінностей, розважально-релаксаційну функцію; до других – критичну (оглядову, популяризаційну, аналітичну), рекомендаційну, бібліографічну.

У підрозділі 3.2 *«Рекламно-промоційні функції»* особливу увагу приділено рекламно-промоційним цільовим настановам книжкових пресодруків у контексті комерціалізації масмедійного й видавничого середовищ.

В умовах ринку редакції масмедіа повинні були шукати ефективні шляхи самоокупності, вчитися працювати з рекламодавцями. Об'єкти рекламування в українській книжковій пресі досліджуваного періоду були безпосередньо пов'язані зі сферою культури: це переважно творчі постаті (письменники, художники, перекладачі, видавці); книжкові та журнальні видання, видавничі структури, книготорговельні організації, культурні заклади й події, виставки, ярмарки,

конкурси. Частою була автореклама. Окрім прямої реклами в жанрах рекламної статті, рекламного макета, анонса, афіші, каталожної реклами часто публікувалися PR-статті; непряма реклама (промоційні матеріали), зумовлені специфічною соціокомунікаційною функцією книжкової преси – просувати артефакти книжкової культури, твори друку, популяризувати читання. Траплялися факти прихованої реклами.

Однак одну з визначальних причин закриття друкованих періодичних видань і самі видавці, й експерти вбачали саме в недостатній кількості зацікавлених рекламодавців, у переорієнтації їх на інші носії реклами, зокрема цифрові.

У підрозділі 3.3 «Вплив тематики та цільових настанов на жанри публікацій» відстежено, які пріоритетні для конкретного пресодруку проблемно-тематичні й цільові настанови визначали жанровий спектр опублікованих у них матеріалів.

Тематика матеріалів підпорядковувалася таким ключовим цільовим настановам, як інформування про факти, події, явища літературно-видавничого процесу, популяризація книжкової культури, рекомендації щодо вибору літератури і книжок, просування продукції видавництва тощо. У певні періоди актуалізувалися ті чи інші злободенні теми: так, у 1990-х – на початку 2000-х рр. багато уваги приділялося обговоренню кризового стану книжкової індустрії, питанню державної підтримки власне української книги в умовах жорсткої конкуренції з російським ринком; труднощам із правовим регулюванням видавничої галузі, із порушенням авторських прав (тема «піратства»); у середині 2000-х рр. основний акцент змістився в бік обговорення творів актуальної літератури та їхніх видавничих форм, а також акцій, подій, конкурсів у книжковій індустрії.

Специфіка тематики та цільового призначення пресодруків визначила й жанрову палітру публікацій: її формували анонси, огляди, рецензії; статті, іміджеві інтерв'ю, репортажі, портретні та проблемні нариси. Зафіксовано явище міжжанрової дифузії (поєднання в межах однієї публікації елементів журналістського PR-контенту), зумовлене промоційними функціями аналізованих пресових ЗМІ.

Комерціалізація вплинула також на художньо-технічне оформлення та поліграфічне втілення пресодруків, що наближалися до масових, зокрема до гляансових («Книжник-review» та «Книжковий клуб»).

ВИСНОВКИ

У дисертації вивчено особливості формування упродовж 1990–2000-х рр. типологічних та промоційних аспектів української преси книжкової тематики. Реалізація мети дослідження й виконання поставлених завдань надали змогу дійти таких висновків:

1. Відстеження історії вивчення української періодики «довколакнижкової» тематики доводить, що знання про цей важливий сегмент видань накопичувалися поступово, починаючи з публікації тез доповідей на наукових конференціях і завершуючи дисертаційними працями з історії та теорії видавничої справи та книгознавства. Опрацювання наукових джерел виявило ті аспекти проблеми, що вже були предметом вивчення науковців (зокрема історія книгознавчої періодики початку ХХ ст., фахової періодики кінця ХХ – початку ХХІ ст.; популяризація й

просування засобами книжкової періодики книги й читання), і ті, що залишалися маловивченими та потребували наукового осмислення, зокрема з історико-пресознавчої перспективи, у контексті формування особливого типу друкованих масмедіа.

2. У визначенні концепту «книжкової преси» як типу спеціалізованої преси за основний критерій було обрано її спеціалізацію на відповідній тематиці, на відміну від доволі поширеного в журналістикознавстві трактування поняття «спеціалізованої преси» як фахової, адресованої спеціалістам певної галузі. Для означення тематики спеціалізації преси з-поміж уживаних обрано узагальнювальну форму «книжкова» (Е. Огар) як таку, що охоплює увесь можливий предметно-тематичний спектр, пов'язаний із життєвим циклом книги.

Досліджувані книжкові пресодруки віднесено до типу друкованих періодичних видань вільного читання або дозвіллевого характеру, за переважним типом публікацій – до науково-популярних (нон-фікшн), за поширенням у сучасному медіазнавстві підходом диференціації ЗМІ на елітарні, масові й гібридні – до масмедіа «гібридного типу» (О. Тертичний). Ідентифікацію за останнім критерієм можна вважати умовною, адже не завжди застосування новочасних теоретичних підходів і рамок до характеристики історичних пресових реалій є коректним, до того ж, аналізовані пресодруки типологічно еволюціонували.

3. Унаслідок порівняльного аналізу періодичних видань 1910–1930-х рр. та 1990–2000-х рр. встановлено, що книжкові пресодруки кінця ХХ – початку ХХІ ст. фактично продовжили традицію видавання відповідного типу преси, що склалася ще на початку ХХ ст. В умовах першого й другого «українського ренесансу» поява спеціалізованих на книжковій тематиці періодичних видань була зумовлена національно-визвольним рухом, державотворчими процесами, можливістю розбудовувати українські наукові, освітні, культурні інституції, що, своєю чергою, визначило україноцентричний характер видань обох періодів. До спільних рис можна віднести також тенденцію типологічної диференціації часописів за ознакою адресності на фахові та масові, проте і для одних, і для других властиво було прагнення поєднати типологічні характеристики наукового й науково-популярного періодичного видань. Упродовж обох періодів через фінансові труднощі видання виходили нестабільно.

Водночас відстежено взаємозв'язки між книжковими пресодруками 1990–2000-х рр. і новими медіа аналогічної тематики: спеціалізованими мережевими масмедіа (інтернет-ЗМІ). Попри те, що до творення дискурсу про книжкову культуру сьогодні долучаються книжкові блогери, видавництва й бібліотеки (через корпоративні сайти й різні форми активності), саме мережеві масмедіа визнано в роботі основними медійними « правонаступниками » українських книжкових пресодруків 1990–2000-х рр.

4. Упродовж 1990-х рр. досліджуваний сегмент пресової періодики формувався в умовах складного переходу економіки нової держави – незалежної України – до ринку. За браком публікаційної площі перші пресові проєкти аналізованого типу слугували майданчиком для поширення інформації про літературні та книжкові новинки, адресованої широкому загалу, й одночасно для

обговорення професійною спільнотою видавців, літераторів, бібліотекарів, книгарів тощо різноманітних фахових проблем вузького та міждисциплінарного характеру. На другому етапі, уже у 2000-х рр., медійники опанували ринкові правила функціонування масмедійного й видавничого ринків, що сприяло чіткішій структуризації досліджуваного сегмента пресових ЗМІ, розмежуванню контенту фахової науково-практичної періодики та преси масового формату.

Встановлено, що соціально-політична та економічна кон'юнктура, динаміка розвитку інформаційно-комунікаційних технологій на різних етапах визначали концепцію кожного пресового проєкту, що, попри спільний напрям еволюції, відрізнялися тривалістю виходу, накладками, домінантними цільовими настановами, внутрішньою структурою, тематико-проблемним спектром, журналістським колективом тощо.

Підсумовано, що формування типологічних характеристик аналізованого типу преси відбулося поступово й було результатом адаптації до потреб нового масмедійного ринку. В її основі лежало розширення рамок читацької аудиторії: періодичні видання книжкової тематики трансформувалися у видання не для академічної аудиторії, а для звичайних людей, проте з особливими зацікавленнями – бібліофілів. Це можна вважати яскравим доказом того, що ті чи інші типологічні моделі об'єктивно є рухомими, адже визначаються запитом конкретних фокус-груп у конкретному часопросторі.

5. Аналіз показав, що пресодруки були доволі чітко структуровані на рівні тематико-рубрикаційного поділу, своєю чергою, цей поділ відповідав їхнім типологічним концепціям.

Виокремлено основні проблемно-тематичні напрями книжкової преси 1990–2000-х рр.: літературні й видавничі новинки; книжкова галузь в Україні та за кордоном; події, виставкові події; шляхи розвитку й підтримки книжкової індустрії в Україні; авторське право; дизайн, папір, друкowana реклама; промоція видань, видавництва, авторів, художників, дизайнерів; культурні події.

Встановлено, що кожний пресодрук, залежно від його загальних цільових настанов, мав специфічні тематичні пріоритети, проблемні акценти. Так, «Книжник-review» вирізнявся матеріалами глибокого аналітичного змісту із сучасними рефлексіями на актуальний літературно-видавничий процес. На шпальтах «Книжкового клубу» переважали матеріали рекламно-промоційного характеру. Для «Палітри друку» властивий був акцент на технічній – поліграфічній тематиці, хоча концепція міждисциплінарного видання передбачала публікацію матеріалів про видавничу та бібліотечну справу, книжкову торгівлю, а також про знакові культурні події.

Серед соціокомунікаційних функцій книжкової преси виокремлено: інформаційно-довідкову, критичну (оглядову, популяризаційну, аналітичну), консультаційно-рекомендаційну, бібліографічну, соціального та естетичного виховання, пропаганди/популяризації культурних цінностей, розважально-релаксаційну, організації економічних відносин (рекламно-маркетингову).

В умовах ринкового суспільства особливого значення для успішного функціонування книжкових пресодруків набула їх здатність реалізувати свій

промоційний потенціал, виконувати функції створення попиту на певні об'єкти книговидавничої галузі, організації й підтримки рекламно-промоційної комунікації між учасниками книговиробництва та книгоспоживання. Взаємодія в межах контенту книжкових пресодруків журналістського й рекламно-промоційного дискурсів визначила їх функціональну специфіку в нових економічних умовах.

6. Цільові настанови й відповідні їм функції кожного з аналізованих пресодруків зумовили жанрову специфіку публікацій. На основі контент-аналізу журналістських матеріалів, опублікованих у п'яти досліджуваних виданнях, було встановлено, що найпоширенішим жанром була стаття (наукова, проблемна, піар-тощо), на другому місці прогнозовано опинилися рецензії й огляди, третє місце поділили жанри інтерв'ю та репортажу.

У 2000-х рр. поширилася практика в межах однієї публікації поєднувати елементи журналістського тексту з прихованим рекламним та PR-текстом. Прагнення задовольнити інформаційні та інші запити якомога ширшої аудиторії й при цьому успішно реалізувати комерційні завдання сприяло міжжанровій дифузії, гібридизації жанрів, а також редукції традиційних журналістських жанрових форм (портретного чи проблемного нарису, рецензії, інтерв'ю, репортажу, огляду тощо).

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Публікації, що висвітлюють

основні наукові результати дисертації

Статті в наукових фахових виданнях України

1. Скібан О. Роль електронних медіа у здійсненні акцій книжкової промоції // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. / Львівський національний ун-т ім. І. Франка. Львів, 2010. Вип. 9. Ч. 1. С. 253–257.
2. Скібан О. Електронні медіа в контексті їх залучення до реалізації акцій книжкової промоції: спроба типологічного аналізу // Наукові записки / Українська академія друкарства. Львів, 2011. № 4(37). С. 152–161.
3. Скібан О. Видавнича комунікація в системі соціальних комунікацій інтернет-простору України // Наукові записки / Українська академія друкарства. Львів, 2014. № 4(49). С. 145–151.
4. Скібан О. Суб'єкти видавничої промоції: роль автора, редактора, видавця як основних учасників процесу // Наукові записки / Українська академія друкарства. Львів, 2017. № 1(54). С. 221–227.
5. Скібан О. «Книжкова Тека» у фокусі дослідження галузевої преси періоду незалежності України // Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. Львів, 2020. Вип. 10(28). С. 30–42.
6. Скібан О. «Книжник-review» – часопис фахової книжкової журналістики // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації / Класичний приватний університет. Запоріжжя, 2020. № 2(42). С. 70–75.
7. Скібан О. Типологічні ознаки української книжкової пресової періодики 1990–2000-х рр. // Поліграфія і видавнича справа / Українська академія друкарства. Львів, 2020. № 1(79). С. 169–178.

Статті у виданнях, внесених до міжнародних наукометричних баз даних

8. Скібан О. Сучасні технології книжкової промоції в аспекті мас-медійної взаємодії // Поліграфія і видавнича справа / Українська академія друкарства. Львів, 2017. № 2(72). С. 199–207.

9. Скібан О. Конвергентні медіа як платформа для промоції та просування книг на сучасному українському ринку // Поліграфія і видавнича справа / Українська академія друкарства. Львів, 2019. № 1(77). С. 111–123.

Стаття в зарубіжному фаховому виданні

10. Скібан О. Книжкова промоція в Україні: можливості видавничо-комунікаційних платформ // Science and Technology of the Present Time: Priority Development Directions of Ukraine and Poland. Wolomin, Republic of Poland: Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2018. P. 163–167.

Публікації, що додатково відображають наукові результати дисертації та засвідчують обов'язкову апробацію матеріалів дисертації

Матеріали конференцій

11. Скібан О. Промоція книги засобами електронних медіа // Книга і преса в контексті культ.-іст. розв. укр. сусп-ва : зб. наук. пр. каф. вид. справи і редагування УАД / відп. ред. Н. В. Зелінська. Львів : УАД, 2009. Вип. 3. С. 65–69.

12. Скібан О. Теоретичні засади книжкової промоції: взаємодія книжкової справи та ЗМІ // Наука і вища освіта (9–10 квітня) : тези доп. учасників 17 Міжнар. наук. конф. молодих науковців / Класичний приватний університет. Запоріжжя, 2009. Т. 3. С. 240–241.

13. Скібан О. Типологічний аналіз електронних медіа в контексті реалізації акцій книжкової промоції // Науково-практична конференція професорсько-викладацького складу, наукових працівників і аспірантів (3–6 лют. 2010 р.) : тези доп. / Українська академія друкарства. Львів, 2010. С. 37–39.

14. Скібан О. Регіональні медіакомунікації як засіб реалізації книжкової промоції // Книга і преса в контексті культурно-історичного розвитку українського суспільства : зб. наук. пр. каф. вид. справи і редагування УАД / відп. ред. Н. В. Зелінська. Львів : УАД, 2011. Вип. 4. С. 95–105.

15. Скібан О. Книжкові соціальні мережі інтернет-простору України як засіб популяризації видавничої продукції // Матеріали до науково-практичної конференції професорсько-викладацького та аспірантського складу кафедри / Українська академія друкарства. Львів, 2014. С. 269.

16. Скібан О. Особливості функціонування видавничої комунікації в мас-медійній системі інтернет-простору України // Матеріали до науково-практичної конференції професорсько-викладацького та аспірантського складу кафедри / Українська академія друкарства. Львів, 2016. С. 222.

17. Скібан О. Мас-медійні комунікації як засоби просування видавничої продукції на сучасному книжковому ринку // Професійне становлення журналіста: традиції та нові підходи : матеріали до Всеукр. наук.-практ. конф. студентів та молодих учених (27 квіт. 2017 р.) / Львівський національний університет ім. І. Франка. Львів, 2017. С. 157–158.

18. Скибан О. Современные технологии промоции книги в системе медиакоммуникаций Украины // Издательское дело и полиграфия : материалы 81-й науч.-техн. конф. проф.-преп. состава, науч. сотр. и асп. (с междунар. участием), Минск, 2017 г. Минск, 2017. С. 62–63.

АНОТАЦІЯ

Скібан О. І. Книжкова преса в Україні 1990–2000-х рр.: тематико-типологічні та промоційні аспекти. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.04 – теорія та історія журналістики. – Класичний приватний університет, Запоріжжя, 2020.

У дисертації викладено теоретичні засади дослідження формування в історії преси незалежної України особливого типу – спеціалізованих пресодруків книжкової тематики. Проаналізовано праці українських та зарубіжних дослідників, присвячені окресленій і дотичній проблематиці, виявлено маловивчені аспекти, що потребували ґрунтовного опрацювання. Визначено поняття «книжкова преса» як тип преси культурної тематики, головними типоформувальними ознаками якого встановлено спеціалізацію на комплексній книжковій тематиці й спрямування на широку читацьку аудиторію, однак з підвищеною орієнтацією на певний вид інформаційного продукту. На основі систематизації результатів типологічного аналізу, вивчення структурних і жанрово-тематичних характеристик п'ятих книжкових пресодруків, що виходили упродовж 1990–2000-х рр., запропоновано типологічний «портрет» преси окресленого типу. Виявлено тенденцію до еволюції їхніх типологічних характеристик під впливом ринку, пов'язаної з опануванням популярного формату. Встановлено залежність між цільовим призначенням та адресністю пресових ЗМІ та їхніми функціями, жанрово-тематичними характеристиками. Особливу увагу звернуто на те, як комерціалізація преси формувала рекламно-промоційні функції української книжкової преси, а це, своєю чергою, впливало на контент і жанрові трансформації конкретних видань.

Ключові слова: книжкова преса, книжкові пресодруки, спеціалізована преса, книжкова тематика, культурна тематика, друковані масмедіа, мережеві масмедіа, цільове призначення, адресність, жанрово-тематичні характеристики, рекламно-маркетингові функції.

АННОТАЦИЯ

Скибан Е. И. Книжная пресса в Украине 1990–2000-х гг.: тематико-типологические и промоционные аспекты. – Квалификационная научная работа на правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата наук по социальным коммуникациям по специальности 27.00.04 – теория и история журналистики. – Классический приватный университет, Запорожье, 2020.

В диссертации изложены теоретические основы исследования формирования в истории прессы независимой Украины особенного типа – специализированных

печатных прессовых изданий книжной тематики. Проанализированы работы украинских и зарубежных ученых, посвященные очерченной проблематике. Дано определение понятию «книжная пресса» как типу прессы культурной тематики, главными типобразующими признаками которой признано специализацию на комплексной книжной тематике и направленность на широкую читательскую аудиторию, но с усиленной ориентацией на определенный вид информационного продукта. На основе систематизации результатов типологического анализа, изучения структурных и жанрово-тематических характеристик пяти книжных прессовых изданий, выходявших на протяжении 1990–2000-х гг., предложен типологический «портрет» прессы обозначенного типа. Выявлена тенденция к эволюции ее типологических характеристик под воздействием рынка, связанной с освоением популярного формата. Установлена зависимость между целевым назначением и адресностью прессовых СМИ и их функциями, жанрово-тематическими характеристиками. Особое внимание обращено на то, как коммерциализация прессы формировала рекламно-промоционные функции книжной прессы, а это, в свою очередь, влияло на контент и жанровые трансформации конкретных изданий.

Ключевые слова: книжная пресса, книжные печатные прессовые издания, специализированная пресса, книжная тематика, культурная тематика, печатные массмедиа, сетевые массмедиа, целевое назначение, адресность, жанрово-тематические характеристики, рекламно-маркетинговые функции.

SUMMARY

Skiban O. I. Ukrainian Book Press of the 1990–2000s: Thematic and Typological and promotional aspects. – Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

Thesis for a Candidate Degree in Social Communications (Doctor of Philosophy). Specialty 27.00.04. – Theory and History of Journalism. – Classic Private University, Zaporizhzhia, 2020.

The research contains the systematized information on the formation of the Ukrainian editions of the book print media segment in the recent history, obtained on the basis of the analysis of press releases of the appropriate type, published during 1991–2009.

The typological, functional and genre-thematic features of Ukrainian book press releases, which were published at the turn of the XX–XXI centuries, have been analysed, their promotional potential has been characterized, the place in the history of the Ukrainian editions has been determined.

The scientific novelty of the thesis is that as a result of the research for the first time: the features of the formation of the Ukrainian book editions of the given period have been revealed: in this process two stages have been singled out – the 1990s and the 2000s, characterized by different economic and sociocultural preconditions, specifics of changes in the media system, in the literary process, in book publishing area that influenced the specific typological features of the development of the mentioned type of editions.

The concept of «book press» has been defined, the book editions are treated as a segment of the editions on cultural subjects and considered in the categories of «mass – quality» editions; the main differential features of this type of editions are the specialization in complex book subjects and the focus on a wide readership; as well as a special range of social communication functions caused by them, aimed at meeting the needs of different focus groups.

The typology of printed periodicals on this subject has been suggested, published in Ukraine during the first twenty years of independence, according to which they can be divided into non-mass specialized editions for experts related to media production, book business in general: booksellers, publishers, librarians, reviewers, etc. («Printing Business», «Bulletin of the Book Chamber», «Print Palette», «Printing and Publishing», and mass specialized editions designed for audiences with a strong focus on a particular type of information product of the book subject itself («Reader's Friend», «Book Folder», «Book Club», «Book Lover Review»).

The tendency has been revealed to change their typological characteristics under the market influence, «drifting» towards the popular format, characteristic even for scientific and practical editions for expert.

The dependence between the purpose and addressability of press releases and their genre-thematic characteristics has been established; the adaptation of scientific information has been qualified as the main strategy for expanding the socio-functional purpose, the massification of knowledge in order to expand the readership and increase the circulation. The creative resources have been revealed, thanks to which the phenomenon/type of book periodicals has been formed in the recent history of the Ukrainian editions/.

The place of the book editions in the history of the Ukrainian editions has been determined, the longevity of the corresponding tradition of media formation has been demonstrated; the role of the book editions of the times of independence in the formation of the foundations of modern thematically oriented media discourse has been defined.

Practical significance of the results. The thesis deepens the understanding of the principles of functioning of specialized mass media on book subjects in the Ukrainian society. The thesis materials can be the basis for further research, they can be useful in the preparation of textbooks, teaching materials, lectures and seminars, in particular, the results can be used for the introduction into relevant educational and professional programs of higher education institutions that train specialists in «Journalism», in relevant courses «Fundamentals of Journalism», «Ukrainian Journalism», special courses and special seminars «Art Journalism», «Cultural Journalism», «Book Press», etc.

Key words: book press, book printed periodicals, specialized press, book subjects, cultural subjects, printed mass media, online mass media, purpose, addressability, genre-thematic characteristics, advertising-marketing functions.

СКІБАН ОЛЕНА ІВАНІВНА

**КНИЖКОВА ПРЕСА В УКРАЇНІ 1990–2000-х рр.:
ТЕМАТИКО-ТИПОЛОГІЧНІ ТА ПРОМОЦІЙНІ АСПЕКТИ**

27.00.04 – теорія та історія журналістики

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата наук із соціальних комунікацій

Підписано до друку 17.11.2020

Формат 60×84/16. Папір офсетний. Друк різнографний. Гарнітура Times.
Умовн.-друк. арк. 0,9. Обл.-вид. арк. 0,9. Тираж 150 пр. Зам. № 41-2020/21АБ.

Видавець та виготовлювач
Класичний приватний університет
69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70б

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК, № 3321 від 25.11.2008