

The importance of bibliography titled «The newspapers of Ukraine, 1816—1916 in collections of Vernadsky National Library» as a powerful source of different aspects study on Ukrainian press of the past was stressed.

Keywords: retrospective catalogue, Ukrainian Press, newspaper, bibliographic information, library collections.

УДК: 070(477.83-25)“1994/1997”

Олена Скібан

«КНИЖКОВА ТЕКА» У ФОКУСІ ДОСЛІДЖЕННЯ
ГАЛУЗЕВОЇ ПРЕСИ ПЕРІОДУ НЕЗАЛЕЖНОСТІ
УКРАЇНИ

DOI

Описано основні типологічні характеристики галузевої газети літературно-видавничого спрямування «Книжкова Тека», що виходила в Україні впродовж 1994—1997 рр. Проаналізовано тематико-рубрикаційний комплекс газети, жанрову специфіку, художньо-технічне оформлення. У контексті дослідження фахового видання книжкової тематики визначальними типологічними критеріями поділу стали аудиторне спрямування; характер впливу (змістові характеристики — предмет викладу чи сфера відображуваної дійсності, характер викладу); авторський склад; розмір читацької аудиторії (наклад) тощо. Зосереджено увагу на вивченні проблематики тогочасного літературно-видавничого процесу, зокрема на віддзеркаленні його на сторінках аналізованого ЗМІ.

Особливу увагу приділено огляду та опрацюванню усіх номерів газети «Книжкова Тека». Здійснено контент-аналіз інформаційно-аналітичних матеріалів різних видів та жанрів. Газету розглянуто як спробу становлення фахового медіа книжкової журналістики, що може слугувати одним із прикладів тогочасної дискурсивної практики — культурної журналістики, книжкової журналістики.

У ході дослідження використано такі наукові методи: системний, термінологічний аналіз, контекстуальний, комунікаційний, метод контент-аналізу, порівняльний, історичний.

Ключові слова: книжкова журналістика, фахова преса, газета, книжкове медіа, інформаційна політика ЗМІ, канали та засоби просування, «Книжкова Тека».

Постановка проблеми. Період становлення «книжкової журналістики»/«культурної журналістики» часів незалежності тісно пов'язаний зі становленням та розвитком фахової періодики. У роки реорганізації книжкової торгівлі, приватизації та переходу в ринкові умови існування видавничих підприємств (1990 — початок 2000-х рр.), *фахова* періодика з книговидавничої справи була представлена вкрай обмеженою кількістю книжкових ЗМІ. Зокрема, серед таких можна виокремити: «Книжковий клуб», «Книжковий кур'єр», «Друг читача», «Книжник-review» (*KR*), аналізована нами «Книжкова Тека».

Фахові media, з одного боку, призначені для фахівців книжкової справи (книготорговців, видавців, бібліотекарів, оглядачів, науковців, рецензентів), окреслюють власну вузьку спеціалізацію, з іншого — несуть у собі культурно-просвітницьку комунікативну мету, що значно розширює коло її читацького призначення. В ідеалі саме фахова преса мала би бути первинним джерелом інформації про новодруки. Саме тут експерти галузі вміщують перші рефлексії (відгуки, рецензії) з приводу нових творів літератури, видань тощо. А вже згодом ця інтерпретована інформація доноситься до масової аудиторії [5, с. 7]. Тобто, в даному контексті, фахова преса виконувала функцію ретранслятора інформації вузькоспеціалізованої, яка згодом буде поширеною для масової аудиторії (що значно розширює її функції). Звісно, існує доволі значний сегмент власне масової аудиторії (не фахівців книжкової справи), які цільово цікавляться інформацією про нові книги та новинами зі світу літератури. Отже, розуміємо, що важливою умовою успіху галузевого медіа є вміння інтерпретувати інформацію про книгу.

Медіа, що спеціалізуються на книжковій тематиці, посідають особливе нішеве місце в системі засобів масової інформації. Як зазначає дослідниця Е. І. Огар, в них, з одного боку, «постає розвиток літературного і книговиробничого процесів, а також тих наук, у поле зору яких вони потрапляють, а з іншого — вони слугують важливим індикатором рівня охоплення суспільства культурою читання (т. зв. “начитаності”), його освіченості, глибини інтелектуальних та розмаїття естетичних запитів і, врешті-решт, загального культурного розвитку соціуму в конкретному часопросторі» [8, с. 208].

Важливою для початкового періоду розвитку книжкової журналістики в незалежній Україні була створена за підтримки Форуму видавців на спонсорські кошти щомісячна газета «Книжкова Тека» (1994—1997), яка потрапила у фокус нашого дослідження. Тут вміщувалася не лише інформація про випуск книг («Україна видає») на основі обов'язкового примірника Національної парламентської бібліотеки, а й статистичні дані про книговидавання в країні за 1994—1996 рр., новини з найвідоміших книжкових ярмарків, інтерв'ю з очільниками Міністерства інформації та преси, зверталась увага на певні книжкові видання, подавався досвід книговидавання за кордоном [13, с. 238].

«Книжкова Тека» була галузевою газетою, яка хоча б якимось чином намагалася заповнити порожню нішу фахової періодики окресленого періоду.

Незважаючи на тотальний брак коштів для мінімально достатнього штатного забезпечення, аналізоване видання робило спроби задовольнити інформаційні потреби галузі всупереч фінансовим та організаційним труднощам.

У сучасних наукових доробках, зокрема публікаціях Е. І. Огар, цей журнал висвітлюється в контексті з тогочасними книжковими медіа, такими як:

«Книжковий світ» (Львів, 1995), «Книжковий огляд» (Київ, 1998), «Книжковий клуб+» (Київ, 1995), «Друг читача» — тижневик, який видавався з 1960 р. до 1992 р. (згодом відновлений у 2004 р. видавництвом «Зелений пес», друкована версія проіснувала до 2011 р.), «Книжник-review» (KR) (Львів, 2000—2009) [8, с. 210—211]. Як бачимо, фахові медіа перебувають у фокусі досліджень сучасних науковців. Проте аналізований часопис недостатньо вивчений та опрацьований в площині сучасних наукових розвідок.

Методологія дослідження. При написанні статті використано такі наукові методи: *системний* — для визначення ролі та місця аналізованої газети «Книжкова Тека» в системі книжкової журналістики в цілому; *контекстуальний* — для вивчення впливу соціально-політичних, культурних, ринкових факторів на формування системи тематико-рубрикаційних комплексів газети; *комунікаційний* — для визначення необхідності дослідження в контексті інформа-

ційно-комунікаційного простору України; *метод контент-аналізу* — для окреслення й інтерпретації масиву текстів різних жанрів та різної тематики, на основі яких розглядаються основні тенденції та смисли тогочасного літературно-видавничого процесу та формування книжкового ринку в цілому; *порівняльний* — для аналізу підшивки номерів різних років, що виходили від 1994 р. до 1997 р.; *описово-аналітичний* — для ідентифікації факторів, характерних для тогочасної книжкової/культурної журналістики та опису важливих явищ, процесів тогочасного книжкового ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В українській соціокомунікативістиці є низка праць, присвячених вивченню пресодруків 1920—1930-х рр., де вони розглядаються в історико-пресознавчому аспекті: на тлі історії просвітництва та популяризації знань про книгу та книжкову культуру, становлення спеціалізованої (галузевої) періодики (Т. Гринівський, І. Плехова, Н. Солонська та ін.), статей (О. Антоник, В. Бездрабко, Е. Огар, Г. Ковальчук, О. Мельничук, Л. Сілевич та ін.). Спеціалізовані на книжковій тематиці, часописи часів незалежної України описані в наукових публікаціях здебільшого в контексті промоції видавничої продукції, книжкової культури, видавничого маркетингу і реклами (О. Афонін, Т. Булах, Г. Грет, Г. Ключковська, І. Копистинська, М. Макуха, О. Мельников, М. Сенченко, А. Судин та ін.).

Сучасні цифрові ресурси та книжкова періодика, що функціонують уже як «нові медіа», досліджуються з огляду рекламно-промоційного — як інструмент реалізації PR-завдань та в контексті просування літератури на сучасному книжковому ринку, а також як інструменти популяризації книжкової культури, культури читання (О. Антоник, О. Афонін, А. Бессараб, Т. Булах, Г. Грет, Г. Ключковська, І. Копистинська, М. Макуха, О. Мельников, Е. Огар, М. Сенченко, О. Скібан, А. Судин та ін.). Журналістикознавчу перспективу для осмислення цифрових масмедійних ресурсів, присвячених літературно-видавничій тематиці, запропоновано Е. Огар [9, с. 411].

Вивченню теоретичних і прикладних аспектів промоції та просуванню книжкової продукції у взаємодії зі ЗМІ присвячено праці Г. Ключковської, де проаналізовано засоби популяризації творів друку за допомогою вітчизняних ЗМІ, розглядаючи детальніше

друковану пресу [5]. А. Бессараб досліджує соціально-комунікаційні технології формування культури читання в Україні [1].

Основні засади функціонування фахового часопису для видавців досліджували Л. Дмитрів [3], а також М. Макуха [6; 7], який описує специфіку періодичного журналу для фахівців видавничої справи.

Проте окреслена тема і досі залишається недостатньо вивченою. У розвитку згадуваного журналістичознавчого підходу аналізоване видання розглядається як перша в історії незалежної України спроба формування української галузевої (книжкової) журналістики, відповідного кола авторів, науковців, журналістів-експертів у даній темі, які фахово підходять до розгляду проблеми, вміють доступно, змістовно та експертно доносити інформацію різним аудиторіям (як вузькоспеціалізованим, так і для широкого кола).

Метою статті є аналіз галузевої газети «Книжкова Тека» в контексті фахової преси часів незалежності України, на сторінках якої формувалася особлива журналістська практика, що згодом розвинулася в книжкову журналістику.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із перших фахових часописів, які виходили на початку незалежності України було видання «Книжкова Тека» (Львів, 1994—1997) — «всеукраїнське навколокнижкове видання... відкрите для будь-якої інформації, пов'язаної зі світом книг і всім, що її народжує й потребує, заперечує й витісняє» (так образно було сформульовано концепцію газети в її першому числі).

Тематико-структурна організація часопису є «внутрішньою» характеристикою ЗМІ, безпосередньо пов'язаною з його концепцією. Така організація свідчить про концептуальну цілісність та «розуміння» читацької аудиторії, її інформаційних потреб, а також є жорстким організуючим чинником, зокрема і для роботи редакції, що забезпечує рубрикаційно-тематичне впорядкування матеріалу [2]. Загалом, це забезпечує «звікання» аудиторії до ЗМІ, розуміючи його інформаційну політику у контексті висвітлення певного предметно-тематичного напрямку. Внутрішній структурний поділ газети на тематичні блоки і систему постійних та змінних рубрик, тематичних колонок, а також практика тематичних додатків, що особливо «пасує» літературно-книжковій тематиці, є чинником,

який забезпечує стабільність аудиторії, підтримує інформаційну концепцію ЗМІ загалом та окремі її аспекти [10, с. 120].

Рубрики. Аналізована галузева газета достатньо структурована, містить набір постійних та змінних рубрик. Серед постійних: «Україна видає», «Дискурс», «Новини культури», «Форум видавців у Львові...», «Реклама» та ін., які є передумовою висвітлення конкретного тематичного напрямку. У кожному номері видання були новини світу про книги, обов'язковий словник термінів, який на початку іменувався галузевим словничком, де читач міг ознайомитися з іншомовними словами, пов'язаними із видавничою та книжковою справами, також «Україна видає». У великому відсотку публікацій розкривалася тема Форуму видавців, учасники та прихильники якого теоретично мали бути читачами цієї періодики. В останніх номерах присутня рубрика «Наш коментар». Матеріали для слайда «Цікаві заголовки» було взято зі статей різних номерів, упродовж аналізу всього комплекту. Статті на комп'ютерну тему та про майбутнє видавничої справи були висвітлені в декількох номерах 1996—1997 рр.

Основні теми часопису:

- книжкова галузь в Україні та закордоном;
- Форум видавців;
- шляхи розвитку та підтримки книжкової індустрії;
- авторське право та ін.

Стиль газети «Книжкова Тека» включав означення концепції періодичного часопису, що передбачало низку вимог, рівень дотримання яких є ознакою професіоналізму та оригінальності. Концепція охоплювала:

- розуміння читацького призначення та чітку орієнтацію на цільову аудиторію;
- оригінальність структурної організації видання та змістового наповнення;
- ретельний добір авторського складу;
- наявність оригінальних рубрик — «родзинок» видання, висвітлення оригінальних тем, тональність публікацій;
- читабельність публікацій, яку забезпечує журналістський професіоналізм авторів, а також їх однорівневість з точки зору потреб аудиторії.

Жанрове розмаїття публікацій літературно-критичної тематики складають короткі авторські замітки, аналітичні оглядові матеріали та статті, інтерв'ю, рецензії тощо. У значній кількості названих публікацій почасти згадуються імена сучасних українських авторів (письменників, поетів...), що, з одного боку, творить їх промоцію, а з іншого — є цілеспрямованим зосередженням довкола літературного контенту, що є найважливішим завданням вузькоспеціалізованого мас-медіа.

Оскільки предметом даного аналізу є матеріали преси, то природною є присутність як аналітичних, так і публіцистичних жанрів. Аналізуючи комплект номерів видання «Книжкова Тека» можна зробити висновки, що серед основних жанрових форм літературно-художньої критики найбільш поширеними були проблемна стаття, стаття-огляд, рецензія, літературно-критичний нарис, літературний портрет. Також прочитуються на шпальтах передмова, репліка, інтерв'ю, анотації, бібліографічні нотатки, есе та інші форми. Для тогочасної публіцистики характерною була тенденція взаємопроникнення жанрів літературно-художньої критики, що зумовлювало створення нових жанрових «сумішей». Проте основною жанровою формою все ще залишалася *рецензія*, хоча цей термін часто вводився як умовна назва публікації на висвітлення книжкової тематики.

Важливим з огляду на жанрову специфіку є вміння інтерпретації інформації залежно від комунікаційних потреб аудиторії — потенційного споживача інформації [4, с. 6—8]. Отже, актуальною стає необхідність напрацювання професійного підходу щодо задоволення цих інформаційних потреб різних категорій адресата. Вміння писати в одній темі (про книгу) на рівні потреб певної цільової аудиторії є виявом професіоналізму. Можливо, саме в цьому полягає відмінність між журналістом та літературним критиком, науковцем чи експертом у цій галузі [11, с. 5]. З огляду на це актуалізується питання кадрового наповнення такого вузькоспеціалізованого видання, в даному випадку — аналізованої газети «Книжкова Тека».

Авторський склад. Вплив кадрового чинника, або авторського складу, в структурі ЗМІ, що висвітлює конкретний тематичний напрям, виявляється дуже суттєвим. Концептуальна цілісність ви-

дання значною мірою зумовлена відносно однорідним складом авторів, у яких приблизно в одній площині перебувають рівень кваліфікації, ідейно-естетичні засади, сфера наукових та професійних зацікавлень [12, с. 105].

Аналіз галузевої газети за цією ознакою підтвердив, з одного боку, обмеженість кола фахівців, що можуть висвітлювати дану тематику, з іншого — хитке фінансове становище самого ЗМІ, адже газета видавалася у скрутні часи для країни, що суттєво позначалося на ресурсних можливостях аналізованого медіа. Більшість авторів публікацій належала до «цеху» науковців у сфері видавничої справи (Е. Огар, А. Судин та ін.) й літературних критиків, таких як Микола Рябчук, Михайло Бриних, Ігор Бондар-Терещенко та ін. Відчутний брак коштів для оптимального штатного забезпечення суттєво позначався на забезпеченні цілісної концепції часопису. Внаслідок цього видання хвибувало вибірковістю та неповнотою інформації щодо комплексного висвітлення проблематики книжково-видавничої галузі.

Над виданням працювали:

Від червня 1994—1995 11-12(18)

Редактор: Наталя Бабалик

Дизайн: Михайло Москаль, Олена Рубановська

Комп'ютерний набір та верстка: Ольга Григоренко, Андріс

Вишняускас

У 1995—1997 рр.

Редактор: Галина Ключковська

Дизайн: Михайло Москаль

Комп'ютерний набір та верстка: Ольга Григоренко

Періодичність — раз на місяць, тираж не відомий.

Титул кожного номера містив прохання про передплату (1996 р.), адже газета потребувала фінансової підтримки, яку частково надавало харківське видавництво «Фоліо» (1994 р.).

Реклама в газеті. Ініціатори періодики вбачали в рекламі дохід для можливості існування нових видань, тому протягом усіх років у газеті вміщувалися повідомлення про можливу рекламу, яку не купували (останній випуск 1997 р.).

Дизайн та художньо-технічне оформлення. Номери газети «Книжкова Тека» з 1994 р. до 1997 р. виходять у газетному форма-

ті, частково наповнені ілюстративним матеріалом, притаманним традиційній тогочасній пресі. Формат газети істотно не змінювався, що можна простежити у підшивці номерів різних років.

У журналі розподіл матеріалу на колонки є різним, відповідно до тематичних рубрик. Основним форматом є три колонки по 45 мм. Рідше застосовується формат чотири колонки по 32 мм.

Використовується вертикальне асиметричне верстання, що досягається завдяки формуванню тексту в три (по 45 мм) колонки на кожній шпальті.

Фотоілюстрації зазвичай відмежовують від тексту завдяки використанню прямокутного формату та, як правило, чорно-білого фону, однак використовується і прийом введення ілюстрації до тексту, коли текст обрамляє фотографію.

Зрозуміло, що поліграфічні можливості 1990-х рр., коли аналізована галузева газета виходила у світ, були обмеженими, а особливо в контексті тотального безгрошів'я не можливо було втілити будь-які редакторські бачення. Попри те, було зроблено перші спроби заповнити сегмент фахової періодики з книговидавничої справи.

Висновки. З огляду на проведене дослідження інформаційної ситуації на книжковому ринку України 1990-х рр. та зважаючи на здійснений редакторський аналіз видання «Книжкова Тека», можна зробити висновки.

Як уже зазначалося, фахових часописів, адресатом яких є фахівці книжкової справи — видавці, книготорговці, літературні критики, науковці з відповідної галузі знань, рецензенти, тобто ті, хто з професійних міркувань мали би бути зацікавлені у такому виданні, в Україні на початку 1990-х — у середині 2000-х рр. було вкрай мало. Серед них — аналізована нами галузева газета «Книжкова Тека».

В умовах фінансової кризи та економічної нестабільності типовим для галузевої преси варіантом органу-видавця були централізовані органи, які мали можливість незалежно фінансувати фахове видання. У багатьох розвинутих країнах Європи фахові ЗМІ видаються переважно професійними спільнотами. В українській книжковій справі на той час вже функціонувало таке професійне об'єднання, як Українська асоціація видавців та книгорозповсюджувачів. Видавцем газети «Книжкова Тека» була видавнича спіл-

ка «Просвіта» (Львів), вона виходила за ініціативи Форуму видавців у Львові та за спонсоровані кошти.

«Книжкова Тека» — один з перших фахових часописів початкового етапу незалежності України, який за майже цілковитої відсутності вузькоспеціалізованої книжкової періодики робив спробу заповнити цю нішу у досить непрості часи ринкової несформованості. Намагався уможливити відповідне циркулювання інформації про стан книжкового ринку та динаміку книговидавничого процесу, віддзеркалювати основні події книговидавничої справи.

У підсумку зауважимо, що виявлені нами портретні риси галузевої газети «Книжкова Тека» можуть слугувати певним орієнтиром у контексті творення сучасної платформи з книжкової журналістики, з одного боку, а з іншого — формують розуміння важливості таких ЗМІ як перших спроб на шляху становлення фахової книжкової журналістики.

1. *Бессараб А. О.* Соціально-комунікаційні технології формування інтересу до читання української книги: монографія. Запоріжжя, 2016. 395 с.
2. *Грет Г. П.* Видавнича справа на сторінках часопису «Вісник Книжкової палати». URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/52476/20-Gret.pdf?sequence=1>.
3. *Дмитрів Л. Й.* Фаховий часопис для видавців: основні засади функціонування в контексті розвитку сучасної видавничої справи (світовий та український досвід): дис. ... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.05 / Класичний приватний університет. Запоріжжя, 2009.
4. *Жеваженко І.* Видавнича промоція на сторінках книгознавчої періодики Галичини 20—30-х років XX століття. URL: http://www.lsl.lviv.ua/index.php/uk/fahovi-vydannya/zapysky-lnnbu-im-v-stefanyka/zp2019/zp2019zhevazhenko_i/.
5. *Ключковська Г.* Книжкова промоція як взаємодія книжкової справи та ЗМІ (засади формування української моделі): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08 / Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2000. 20 с.
6. *Макуха М. В.* Журнал «Друкарство» як тип періодичного видання для фахівців видавничої справи та редагування: автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.05 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. Київ, 2012. 15 с.

7. *Макуха М. В.* Систематизація контенту наукового журналу (на прикладі часопису «Друкарство») // Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 51. С. 68—71.
8. *Огар Е. І.* Книжкові часописи часів незалежності у контексті формування критичного дискурсу // Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. Львів, 2018. Вип. 8(26). С. 207—216.
9. *Огар Е. І.* Публіцистика Костянтина Родика в контексті сучасної книжкової журналістики // Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. Львів, 2019. Вип. 9(27). С. 411—422.
10. Реалії та перспективи українського книжкового ринку (Про інформаційний маркетинг. І не лише про нього...): зб. ст. і матеріали Круглого столу «Розвиток інформаційного маркетингу на книжковому ринку України» / упоряд. Е. І. Огар. Львів: Аз-Арт, 1997. 144 с.
11. *Родик К.* Сізіф ХХ. Книжка vs. політика. Київ: Балтія-Друк, 2019. 351 с.
12. *Судин А. Ю.* Неоплачувані прийоми реклами у книжковій справі // Поліграфія і видавнича справа. Львів, 2008. № 1. С. 102—108.
13. *Шпак В.* Видавничий бізнес в умовах української державності: монографія. Київ: Експрес-об'ява, 2015. 391 с.

References

1. Bessarab, A. O. (2016). *Sotsial'no-komunikatsiyni tekhnolohiyi formuvannya interesu do chytannia ukrayins'koyi knyhy* [Social and communicative technologies of interest shaping to the Ukrainian book reading]: monohrafiya, Zaporizhzhya, KPU, 395 s. (in Ukr.).
2. Hret, H. P. *Vydavnycha sprava na storinkakh chasopysu «Visnyk Knyzhkovoyi palaty»* [The publishing subject on the pages of the journal «Visnyk Knyzhkovoyi Palaty»], Retrieved from <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/52476/20-Gret.pdf?sequence=1>. (in Ukr.).
3. Dmytriv, L. Y. (2009). *Fakhovyi chasopys dlya vydavtsiv: osnovni zasady funkcionuvannya v konteksti rozvytku suchasnoyi vydavnychoyi spravy (svitovyy ta ukrayins'kyy dosvid)* [A trade journal for publishers: the main fundamentals of functioning in the context of development of contemporary publishing industry (the foreign and Ukrainian experience)]: dys. ... kand. nauk iz sots. komunikatsiy: 27.00.05, Klasychnyy pryvatnyy universytet, Zaporizhzhya. (in Ukr.).
4. Zhevazhenko, I. *Vydavnycha promotsiya na storinkakh knyhoznavchoyi periodyky Halychyny 20-30-kh rokiv XX stolittya* [A publishing promotion on the pages of book periodicals of the Galicia in the 1920s—1930s], Retrieved from <http://www.lsl.lviv.ua/index.php/uk/fahovi->

- vydannya/zapysky-lnnbu-im-v-stefanyka/zp2019/zp2019zhevazhenko_i// (in Ukr.).
5. Klyuchkovs'ka, H. (2000). *Knyzhkova promotsiya yak vzayemodiya knyzhkovoyi spravyta ZMI (zasady formuvannya ukrayins'koyi modeli)* [Book promotion as an interaction of book branch and media]: avtoref. dys. ... kand. filol. nauk: 10.01.08, Kyiv. nats. un-t im. Tarasa Shevchenka, Kyiv, 20 s. (in Ukr.).
 6. Makukha, M. V. (2012). *Zhurnal «Drukarstvo» yak typ periodychnoho vydannya dlya fakhivtsiv vydavnychoyi spravy ta redahuvannya* [«Drukarstvo» journal as a type of periodical for publishing industry professionals and editing]: avtoref. dys. ... kand. nauk iz sots. komunikatsiy: 27.00.05, Kyiv. Nats. Un-t im. Tarasa Shevchenka, In-t zhurnalistyky, Kiev, 2012, 15 s. (in Ukr.).
 7. Makukha, M. V. (2013). Systematyzatsiya kontentu naukovoho zhurnalu (na prykladi chasopysu «Drukarstvo») [Systematization of content of scholarly journal (on the example of the journal «Drukarstvo»)], *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, t. 51, s. 68—71. (in Ukr.).
 8. Ohar, E. I. (2018). Knyzhkovi chasopysy chasiv nezalezhnosti u konteksti formuvannya krytychnoho dyskursu [Book trade publications of independence period in the context of critical discourse shaping], *Zbirnyk Prats' Naukovo-doslidnoho instytutu presoznavstva*, L'viv, vyp. 8(26), s. 207—216. (in Ukr.).
 9. Ohar, E. I. (2019). Publitsystyka Kostyantyna Rodyka v konteksti suchasnoyi knyzhkovoyi zhurnalistyky [The K. Rodyk's publicism in the context of contemporary book journalism], *Zbirnyk Prats' Naukovo-doslidnoho instytutu presoznavstva*, L'viv, vyp. 9(27), s. 411—422. (in Ukr.).
 10. (1997). *Realiyi ta perspektyvy ukrayins'koho knyzhkovoho rynku (Pro informatsiyeni marketynh. I ne lyshe pro niho...)* [The realities and perspectives of the Ukrainian book market. And not only about it...]: zb. st. i materialy Kruhlohostolu «Rozvytok informatsiyneho marketynhu na knyzhkovomu rynku Ukrayiny», uporyad. E. I. Ohar, L'viv, «Az-Art», 144 s. (in Ukr.).
 11. Rodyk, K. (2019). *Sizif XX. Knyzhka vs. Polityka* [Sisyphus XX. A book vs Politics], Kyiv, Baltiya-Druk, 351 s. (in Ukr.).
 12. Sudyn, A. Y. (2008). Neoplachuvani pryomy reklamy u knyzhkoviy spravi [Unpaid advertising ways in book industry], *Polihrafiya i vydavnycha sprava*, no. 1, s. 102—108. (in Ukr.).
 13. Shpak, V. (2015). *Vydavnychyy biznes v umovakh ukrayins'koyi derzhavnosti* [The publishing business in the conditions of the Ukrainian statehood]: monohrafiya, Kyiv, Ekspres-obyava, 391 s. (in Ukr.).

Olena Skiban

«KNYZHKOVA TEKA» IN THE FOCUS OF RESEARCH
OF THE SPECIALIZED PRESS OF THE PERIOD
OF INDEPENDENCE OF UKRAINE»

The article describes the main typological characteristics of the specialized newspaper of the literary-publishing direction «*Knyzhkova Teka*». It was issued in Ukraine during 1994—1997s. The thematic and heading corpus of the newspaper, genre specifics, artistic and technical design, have been analyzed. In the context of research of the trade newspaper of book thematic the defining typological criteria were the audience orientation, as well as others: a nature of the impact (semantic characteristics — the subject of presentation, or the scope of reflective reality, the nature of the presentation); authorship; the size of the readership (circulation), and so on. An attention is also focused upon a study of the problems of the literary and publishing process of that time, specifically its reflection on the pages of the analyzed media.

A particular attention is paid to the review, specifically processing the issues of the newspaper «*Knyzhkova Teka*». The main typological characteristics are described: authorship, artistic and technical design, as well as thematic-heading content. The content analysis of information-analytical publications of the various types and genres is carried out. The newspaper is considered as an attempt of emerging trade medium in book journalism. It can serve as one of the examples of discursive practice of that time — cultural journalism, book journalism.

Such methods of research have been employed here: system, terminological analysis, contextual, communication, content analysis method, comparative, as well as a historical one.

Keywords: book journalism, professional press, newspaper, book media, information policy of mass media, channels and means of promotion, «*Knyzhkova Teka*».