

звичне використання спеціального терміна в рекламному тексті. Однак не в усіх випадках послугуються породжувальною здатністю контексту. Рекламні тексти рясніють квазітермінами з «об'єктивним конотативним значенням» (найчастіше позитивним чи негативним), що не залежить від мовного оточення.

Прослідкувати шляхи взаємопроникнення і чітко відокремити конотацію і денотацію квазітермінів у рекламному тексті надзвичайно важко. Найчастіше понятійне ядро зберігається, але трапляються випадки, коли слово повністю втрачає своє першопочаткове значення і відбувається перенесення ознак лише на основі асоціацій. Однак у всіх випадках квазітермін з розширеною семантикою отримує здатність виконувати естетичну функцію.

1. Брагина А. А. Значение и оттенки значения в термине // Терминология и культура речи: Сб. науч. тр., М., 1981. С. 37 – 47.
2. Булдаков В. А. Коннотативные потенции терминологической лексики // Коннотативные аспекты семантики в немецкой лексике и фразеологии: Межвуз. тематич. сб. науч. тр., Калинин, 1987. С. 31 – 36.
3. Говердовский В.И. Коннотация терминологичности // Значение и его варьирование в тексте: Сб. науч. тр., Волгоград, 1987. С. 170 – 175.
4. Дядюра Г. Образність у термінології фізики елементарних частинок // Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. пр., К., 2001. Вип. IV. С. 167 – 170.
5. Кудиба С. Специфіка термінів у рекламному тексті // Проблеми української термінології: Зб. наук. пр., Л., 2004. С. 103 – 106.
6. Лопухіна Н., Покровська О. Актуальні процеси в лексиці реклами // Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. пр. К., 1998. С. 145 – 147.
7. Маркс Карл. Емотивне значення та проблема адекватного перекладу термінів // Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. пр., К., 2001. Вип. IV. С. 74 – 77.
8. Пустовіт Л. Емотивність науково-технічної термінології // Проблеми української термінології. Тези 3-ї Міжнародної наук. конф., Л., 1994. С. 110 – 111.
9. Сентенберг И. В., Шейгал Е. И. Лингвистический контекст как средство развертывания лексического значения // Значение и его варьирование в тексте: Сб. науч. тр., Волгоград, 1987. С. 12 – 24.
10. Стадник Н. Терміни-аббревіатури в рекламних текстах // Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. пр., К., 1998. С. 174 – 178.
11. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М., 1986.

УДК 655.413:050

*Л. Й. Піскозуб*

## **ПОЛЬСЬКІ ЧАСОПИСИ З ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ: ПОШУК МОДЕЛІ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО АНАЛОГА**

Ринок українських періодичних видань невпинно зростає і розгалужується, проте, не зважаючи на наявність широкої кадрової бази та залучення

до випуску журналів все більшої кількості фахівців, сьогодні в Україні немає жодного спеціалізованого часопису з видавничої справи і редагування. Окремі часописи, до прикладу «Книжник review», «Книжковий огляд» або ж «Книжковий клуб плюс», подають лише оказіональні статті, дотичні до видавничого руху, видавничі новини чи рецензії і здебільшого звертають увагу читачів на рейтинги й промоцію кращих книг. Назріло питання про створення суто фахового часопису, матеріали якого містили б практичну і нормативну інформацію з підготовки та випуску видань різних видів літератури, з проблеми культури видання, перекладу та запровадження перевидань, навчання й роботи фахівців за кордоном тощо. Оскільки ніша українських фахових журналів з видавничої справи залишається незаповненою, то втілення в життя нового часопису з матеріалами, що безпосередньо стосуються видавничої справи в Україні та світі, є цілком виправданим. Часопис такого змісту користувався би попитом як у фахівців видавничого руху, так і в початківців, які вивчають основи роботи над книгою.

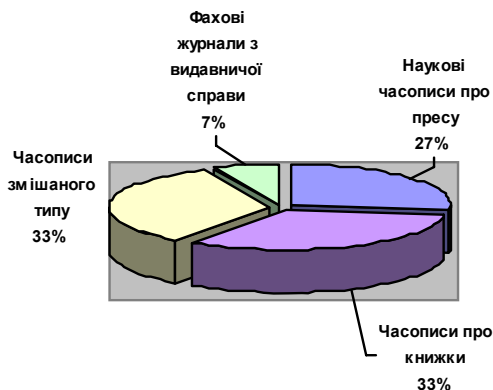
Слід зазначити, що питання створення концепції нового журналу та впровадження часопису на ринок періодичних видань, дослідження ринку періодики з видавничої справи в Україні в сучасній українській науковій періодиці не піднімалося. Не було віднайдено і дотичних статей чи напрацювань на цю тему.

Для повноцінного втілення в життя проекту створення нового фахового журналу з видавничої справи, для пропозиції якісно довершеного видання та пошуку моделі майбутнього часопису варто враховувати досвід інших держав. Першочергову роль у цьому дослідженні відіграв найближчий західний сусід України – Польща, де видавничі традиції перших фахових журналів уже налічують більш як півстоліття. Серед польських джерел, якими послуговувалась авторка, опрацьовано дотичні до роботи матеріали (маркетингові дослідження книг, рейтинги та конкурси книг, подання інформації в мережі Інтернет), а також наукові статті, опубліковані в часописах «Zeszyty Prasoznawcze» та «Rocznik Historii Prasy Polskiej». Моніторинг популярності та сучасного стану виходу польських журналів здійснювався за допомогою мережі Інтернет.

Опрацьовані польські часописи та газети було класифіковано на декілька категорій. Ключову роль серед них відіграли наукові часописи про пресу, часописи про книжки, фахові з видавничої справи й такі, що містять матеріали споріднених галузей, так звані часописи змішаного типу. Представлені на польському ринку поліграфічні, маркетингові, статистичні і бібліотечні часописи, які містять лише поодинокі матеріали з видавничої справи та редагування, класифікації й всебічному аналізу не підлягали.

Тематичне наповнення журналів. З майже п'ятнадцяти авторитетних часописів, дотичних до видавничої справи і редагування, лише один вузькоспеціалізований часопис призначений тільки для потреб видавців і редакторів (рис. 1). Основну масу становлять часописи змішаного типу, які носять більш популяризаторський характер і об'єднують матеріали багатьох галузей (видавничої справи, бібліотекознавства, книгознавства, маркетингу, журналістики, поліграфії тощо). Прикладом такого видання є «Magazyn Literacki «Książki», де поміж поетичними й прозовими презентаціями, низками рецензій та інтерв'ю вміщено статті на тему технічних аспектів редагування. Своєрідним тематичним наповненням вирізняється «Megaon», який видавці визначають як бюлетень видавничих новин. Однак у ньому подано і бібліографічні дані з ілюстративним матеріалом з метою продажу книг, і рецензії та фейлетони, дискусії та огляди преси, а також динаміку книжкової закупівлі за різними галузями знань, книжковий маркетинг. Широкою популярністю в польських читачів користується фаховий місячник «Press» (4,1 % лише у Любліні [3, с. 181]), в якому, окрім законодавчих актів та права у видавничій діяльності, поєднано останні відомості з рекламознавства, мас-медіа та PR. «Tygodnik Powszechny» спеціалізується на дослідженнях польської та закордонної преси, але поряд з цими статтями видавці журналу друкують практично усі види літературних інтерв'ю, тому викладену інформацію уже не можна вважати цілісною.

Провідним польським виданням категорії *змішаного типу* як за кількістю читачів, так і за накладом, є «Gazeta Wyborcza». Про це свідчать дані опитувань, проведених у регіонах Польщі, зокрема, лише у Любліні частка читачів газети становить 18,9 % [3, с.181]. З 1989 року «Gazeta Wyborcza» є найбільшою польською щоденною газетою. Її середній наклад становить понад 400 тис. примірників, у той час як наклад конкуруючої національної газети «Rzeczpospolita» зазвичай не перевищує 290 тис. примірників. «Gazeta Wyborcza» відрізняється від газети «Rzeczpospolita» безкоштовними ілюстрованими тижневиками («Magazyn», «Duży Format»), розмаїтими тематичними вкладками та щоденними додатками регіональних газет («Gazeta Wyborcza w Krakowie», «Gazeta Wyborcza w Kielce» тощо) [4, с. 54]. Найцікавіші та найгарячіші відомості розміщено на спеціально відведених сторінках «Gazety Wyborczej», роблячи з неї локальну газету не тільки загальнодержавного, але й світового значення [6]. Поруч з матеріалами про політику, культуру, спорт, мистецтво на шпальтах газети знаходимо окремі рубрики про видавниче життя країни.



**Рис. 1. Поділ польської наукової і фахової преси за тематикою**

Наступною за чисельністю є категорія журналів *про книжки*. Усім журналам цієї категорії властиве поєднання рубрик про новини та основні події книжкового життя за певний проміжок часу, обговорення книжкових ярмарків і конференцій, а також визнання окремих книг бестселерами та порівняння кращих за окремими критеріями. До прикладу, журнал «Nowe Książki», видавничі традиції якого налічують уже 56 років: практично весь часопис (близько 80 шпальт) охоплює рубрика «Recenzje», в якій подано рецензії на нові надходження для молоді, з історії, релігії, культури, філософії, медицини, мистецтва та політики, на книжки про польську й світову прозу, періодичні видання тощо. Часопис «Nowe Książki» має досить великий наклад (3800 примірників) і користується чималою популярністю, проте видавці часопису прагнуть зацікавити ще більше читачів. Першим кроком до цього стало запровадження щомісячного безкоштовного тематичного каталога нових надходжень «Kurier Nowych Książek. Nowosci i zapowiedzi wydawnicze» на 20 шпальтах.

Уже згаданий журнал «Megaron» є засновником безкоштовної промоційно-інформативної газети «Kurier Czytelniczy», наклад якої уже перевищив 50 тис. примірників та стрімко зростає. Гортаючи газету «Kurier Czytelniczy», читачі мають нагоду замовити чи обміняти книжки через оголошення, розгадати тематичний кросворд і прочитати довідкову інформацію про новини книжкового ринку. Деталізовану інформацію про книжкове життя країни та найновіші надбання літератури за кордоном подає відомий усім польським книголюбам часопис «Notes Wydawniczy». Знаний у Польщі від 1992 року часопис з оригінальним художньо-технічним вирішенням та вдало підібраними

рубриками виходить у світ при накладі 1100 примірників. Однак редакція журналу запроваджує другий наклад при висвітленні важливих національних і світових подій (так, квітневий – червневий випуски журналу практично повністю присвячені новим надходженням про Івана Павла II та біографічним відомостям з його життя – у зв'язку з тим наклад журналу було розширено на 100 примірників, а також у ньому з'явилося безліч кольорових вкладок).

Слід зауважити, що у журналах цієї категорії трапляються перегуки в матеріалах чи назвах рубрик (табл. 1).

Таблиця 1

**Схожість назв рубрик у журналах  
«Notes Wydawniczy» та «Nowe Książki»**

Notes wydawniczy	Nowosci, Wydarzenia	Raptularz	Witryna autorow	Bestsellery	Rece-nzje	Felietonczyk
Nowe ksiazki	Wydawcy, rynek, biblioteki	Kronika	Rozmowy «Nowych ksiazek»	Ksiazka numeru	Rece-nzje	Felietony, Eseje

Проте створення подібних колонок чи заголовків статей швидше пояснюється великим масивом інформації, який видавці намагаються донести до читача кожен у свій спосіб. Названі вище часописи різняться не тільки змістовим наповненням або читацьким призначенням, яке буде охарактеризовано в наступному підрозділі дослідження, але й притаманною кожному з них манерою письма, виробленою упродовж десятків років («Nowe Książki»).

Категорію *наукових часописів про пресу* відкривають чотири часописи: «Studia Medioznawcze», «Rocznik Historii Prasy Polskiej», «Zeszyty Prasoznawcze» та «Studia Kieleckie». З першого погляду в наукових часописах цієї категорії можна помітити безліч відмінностей від журналів про книжки та інших часописів, дотичних до видавничої справи. Вони суттєво вирізняються серед інших не тільки складом текстів, але й своєрідним художньо-технічним оформленням (вихідні дані – безпосередньо на обкладинці) та розлогим науково-довідковим апаратом. Для зручності в користуванні журналом у всіх випусках часопису «Rocznik Historii Prasy Polskiej» продубльовано зміст англійською мовою. Характерне подання двомовних текстів, серед яких ключові слова, анотація та вихідні дані, і на шмуцитулах перед кожною статтею. Дещо іншим є підхід редакційного колективу часопису «Zeszyty Prasoznawcze», в якому англійська мова застосовується для короткого змісту основних досліджень журналу, переважно у формі резюме. У свою чергу це є свідченням високої культури видання,

а також зацікавленням до нього закордонних науковців і дослідників преси. Показовою є й така ознака, як періодичність: уже сама назва часопису «Rocznik Historii Prasy Polskiej» свідчить про те, що читачі можуть побачити його лише раз на рік, однак видавці журналу стали авторами новаторського підходу, а саме запровадили поділ видання на окремі зошити. Таким чином, кожного року виходять з друку два зошити журналу (з не менш шанованим часописом «Zeszyty Prasoznawcze» читачі можуть ознайомитися щоквартально). Для широкого кола читачів редакція журналу створила спеціальний додаток з іменними та предметними покажчиками основних праць, що були подані в попередніх випусках журналу, наприклад, «Rocznik Historii Prasy Polskiej. Bibliografia Zawartosci. Indeks Nazwisk. Indeks Slow Kluczowych. Tom I – V (1998 – 2002)».

У 2000 році було відновлено випуск часопису «Studia Kieleckie», який з'явився ще у 1974 році. В опублікованих досі трьох томах, кожен з яких має практично ідентичну структуру, вміщено рубрики «Problemy historii prasy i prasoznawstwa», «Problemy bibliologiczne i bibliotekoznawcze», «Recenzje i sprawozdania, zrodla i materialy». Більшу частину перших двох томів часопису становлять статті і матеріали про пресу 1945 – 1989 років. Третій том часопису містить понад 15 статей про період з 1989 року – після зміни державного устрою. В останньому томі часопису серед інших матеріалів охарактеризовано основні типологічні ознаки локальної преси Польщі, окреслено її цілі та завдання. Часопис «Studia Kieleckie» збагатив науку про пресу новими тематичними та територіальними дослідженнями. Серед авторів, що працюють у журналі, – представники різних наукових осередків (Кельце, Кракова, Варшави, Катовіце, Полоцька та Ельблонга). Це дає підстави говорити про те, що навколо часопису гуртувалися дослідники і науковці з цілої Польщі, у свою чергу, автори наукових праць часопису «Studia Kieleckie» високо цінуються своїми читачами [2, с. 274].

Спільними для часописів цієї категорії є тематичні дослідження сучасної польської та закордонної преси, безліч наукових історичних розвідок від зародження преси на теренах держав до закономірностей їх існування донині (як приклад стаття Jarowiecki J. Z dziejow polskiej prasy na obczyźnie od wrzesnia 1939 r. do wspolczesnosci // Rocznik Historii Prasy Polskiej. – 2004. – Tom VII. – Zeszyt 2. – S. 283 – 291). Не оминають увагою видавці і рецензії, що властиві для усіх польських журналів, пов'язаних з видавничим життям. Наукова хроніка, яка широко проілюстрована в журналах «Rocznik Historii Prasy Polskiej» та «Zeszyty Prasoznawcze», – це здебільшого матеріали наукових міжнародних і загальнодержавних конференцій, короткі відомості про їх учасників. Паралелі можна проводити і при аналізі загальної структури часописів і змістового наповнення (табл. 2).

Таблиця 2

**Схожість назв рубрик у журналах «Studia Medioznawcze»,  
«Rocznik Historii Prasy Polskiej», «Zeszyty Prasoznawcze»  
та «Studia Kieleckie»**

Studia Medioznawcze	Sprawozdania i Informacja	Recenzje i noty recenzyjne		
Rocznik Historii Prasy Polskiej	Kronika	Przeglady i recenzje	Artykuly i rozprawy	Materialy i miscellanea
Zeszyty Prasoznawcze	Kronika naukowa	Recenzje, omowienia, knoty	Rozprawy i artykuly	Materialy
Studia Kieleckie	Recenzje i sprawozdania, zrodla i materialy			

Для порівняння назв рубрик наведено лише чотири найбільші та найпопулярніші рубрики. При цьому варто зауважити, що часописи «Studia Medioznawcze», «Rocznik Historii Prasy Polskiej» та «Zeszyty Prasoznawcze» – яскраві приклади регіональної преси Польщі, вони виходять у світ у Кракові (часопис «Studia Kieleckie» друкується в місті Кельце). Постає закономірне питання про видавництва та видавничі організації, які займаються випуском журналів. Однак отримавши таку інформацію, стає очевидним, що над журналами працюють різні наукові спілки та товариства. Отже, певний збіг у назвах рубрик і структурі журналів – лише випадкове явище, яке цілком залежить від характеру підготовленої до сприйняття інформації.

*Фаховим часописом з видавничої справи* є лише один щомісячник «Wydawca», який з'явився на ринку польської періодики у 1993 році. Задумом для виникнення журналу було створення форуму обміну думками усіх складових елементів видавничого ринку: художників і типографів, літературних агентів, друкарів, видавців, книгознавців, бібліотекарів. Водночас завданням редакції журналу, окрім публікації матеріалів різного змісту, була дорадча участь при проектуванні, випуску та продажу видавничих публікацій. Згідно з програмою журналу, його найважливішим структурним елементом є навчально-пізнавальна частина, в якій розглядаються матеріали, дотичні до видавничого маркетингу, права, технічного і нериторичного редагування, типографії і графіки книжки, поліграфії, матеріалознавства, історії редагування тощо. Це єдиний польський часопис, де подано матеріали та постійні рубрики про підготовку й випуск видань до друку (до прикладу, рубрика «Технічне редагування»), який поєднує в собі інформацію про роботу над виданнями різних видів літератури і містить докладний опис усіх видавничих процесів (подана рубрика, яка так і називається, – «Procesy Wydawnicze»). «Wydawca» – перший часо-

пис, який вміщує тексти про редагування (рубрика «Redagowanie»). Показово, що при поданні відомостей на ту чи іншу тему видавці одразу ж наводять приклади нових надходжень, якими можна користуватися для отримання ширшої інформації (у розділ «Typografia» входять цілі цикли «Kroje pism» та «Podkuczники dla typografuw»). Це свідчить про роботу над задоволенням потреб читача, а також можна розцінювати як замовну рекламодавцем статтю з метою популяризації своєї продукції. Слід зазначити, що видавці часопису не забувають вшановувати своїх спонсорів. Навпроти кожного матеріалу чи проекту (видання двоколонкове), у спеціально відведеному місці в другій колонці вказаний спонсор і меценат з логотипом організації та подякою.

Таким чином, було охарактеризовано найбільш шановані польські журнали за запропонованим тематичним поділом і тематичним наповненням. Звісно ж, статті й огляди з видавничої справи та дотичні до неї містяться і в часописах іншого тематичного спрямування, наприклад, бібліотечних, однак охопити та опрацювати матеріал, накопичений у всіх виданнях Польщі, є важко реалізованим питанням, а тому основне зацікавлення при висвітленні теми становили саме часописи, проаналізовані вище.

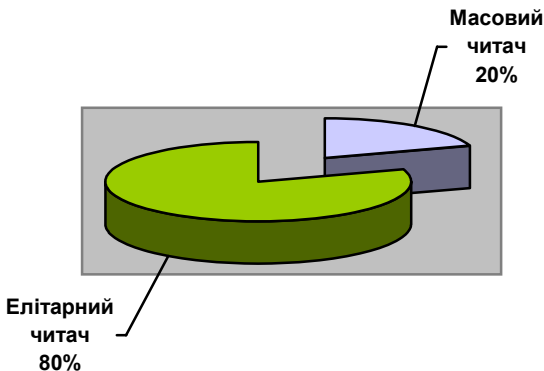
Визначення читацької аудиторії журналів. Чи не найважливішим показником рівня підготовки видання та його спрямованості є читацьке призначення. Адже знаючи читацьку аудиторію, на яку розраховане видання, можна з достовірністю сказати, чи будуть його читати та сприймати читачі певних груп. Практика польського книго- та пресовидання передбачає зазначення читацької аудиторії в усіх виданнях, крім фахових. Зрозуміло, що журнал з промовистою назвою «Poradnik Bibliotekarza» призначений для працівників бібліотек, а «Rocznik Historii Prasy Polskiej» – для науковців і дослідників польського пресовидання. Тому цей елемент поширюється лише на видання для початківців та аматорів, а також на видання, що поєднують у собі матеріали різних галузей (уже зазначена категорія видань змішаного типу). Проте, на жаль, не в усіх часописах читацьке призначення збігається з матеріалами, вміщеними усередині, або ж воно зазначене не досить чітко. Прикладом такого журналу є «Magazyn Literacki «Książki», де поміж поетичними й прозовими творами, розлогим рядом рецензій та інтерв'ю вміщено статті на тему технічних аспектів редагування. Як і згаданий «Magazyn Literacki «Książki», один з найавторитетніших у своїй царині часописів «Notes Wydawniczy» дивує визначеністю власної читацької аудиторії. На другій сторінці часопису редакція визначає читацьке призначення так: «Місячник для видавців, книгознавців, бібліотекарів, тих, хто займається гуртовим продажем та всіх зацікавлених ринком книжки». Постає питання, чи дійсно цей журнал претендує на звання фахового, оскільки більшість матеріалів, а також висока передплатна ціна (25 zł) вказують на це, чи ним можуть послуговуватись і фахівці-дистанційники, які зацікавлені рин-



ком книжки? Проте не всі видавничі організації допускаються таких хиб. Достовірно та повною є інформація в журналах «Megaron» (подаючи палітру різноманітних за тематикою і жанровим втіленням матеріалів, видавці часопису намагаються охопити якнайширше читацьке коло й призначають журнал «для потреб видавців, осіб, які займаються гуртовою та роздрібною торгівлею книг, для бібліотекарів») та «Nowe Książki». Часопис «Nowe Książki» фінансується Міністерством культури Польщі і рекомендований для використання в школах та інших освітньо-виховних закладах. Шкільні бібліотеки можуть замовити його за достатньо прийнятну ціну – усього 6 zł за місяць. Видавці часопису повністю задовольняють читацькі потреби, даючи школярам можливість ознайомитися з новинками в різних галузях знань та обрати найцікавіші книжки для позакласного читання. Натомість політематичний часопис «Press» адресований працівникам преси, радіо, телебачення, рекламних відділів, відділів маркетингу та PR, видавцям.

Як бачимо, на ринку періодичних видань Польщі переважають часописи для елітарного читача, який уже підготовлений до сприйняття інформації або ж постійно цікавиться нею (рис. 2). Тут варто додати, що журналами на зразок «Wydawca», «Megaron» чи «Press» можуть послуговуватись як читачі-суміжники, так і читачі-дистанційники, оскільки в журналах зберігається тенденція до подання матеріалів споріднених між собою галузей. Скажімо, журнал «Wydawca», який публікує матеріали з поліграфії та видавничої справи, історії книговидання і містить численні рубрики про видатні постаті польського друкарства, тематичні статті про редагування й теоретичні відомості про підготовку різних видів видань, може зацікавити істориків і дослідників польського книго- та пресовидання. Цілком імовірно, що, окрім видавців і бібліотекарів, яким призначений часопис «Megaron», його будуть читати і літературознавці або ж працівники медичної галузі, адже в журналі подано новинки з різних галузей знань, у тому числі і медицини (в останні роки польському видавничому ринку властива масова поява видавництв медичної літератури). Це ж стосується і часопису «Press», читачі якого можуть отримати інформацію про життя сучасних засобів масової інформації. Показово, що поряд з маркетинговими дослідженнями і визначенням популярності відомих ток-шоу в часописі друкуються статті про мобільні телефони й наднові професійні цифрові фотоапарати, якими користуються фоторепортери та кореспонденти, усе більше шпальт журналу охоплюють матеріали про авторські права в мережі Інтернет тощо. Безперечно, такий всебічний підхід до висвітлення роботи польських засобів масової інформації не може не привернути увагу якнайширшої категорії читачів.

Часопис «Nowe Książki», газети «Kurier czytelniczy» та «Gazeta Wyborcza» є виданнями для масового читача. Метою дослідження не було опрацювання газет, дотичних до видавничої справи, проте названим виданням



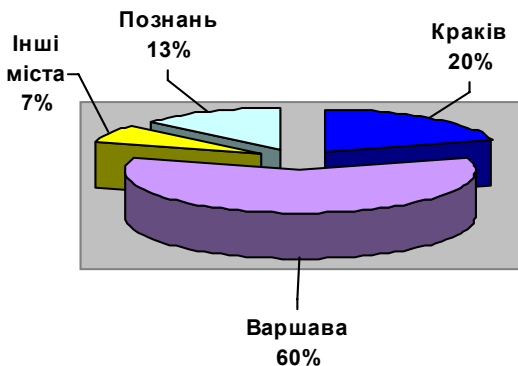
**Рис. 2. Поділ польської періодики з видавничої справи за читацьким призначенням**

властиві розмаїті матеріали про випуск книжкової продукції та їх всебічне опрацювання. Газета «Kurier Czytelniczy» поширюється, в основному, через книгарні, школи, бібліотеки, гуртівні та редакції періодичних видань. Поряд з рекламними статтями дрібних і великих польських видавництв розміщено тематичні оголошення про продаж чи купівлю підручників, посібників і різних видів літератури. Отже, вона розрахована на широке коло читачів, які бажають задовольнити свої читацькі потреби у швидкий, простий та максимально зручний спосіб. Читачами часопису «Nowe Książki» є школярі, що вже свідчить про досить широку аудиторію. Щодо видання «Gazeta Wyborcza», то варто зауважити, що це політематична загальнонаціональна газета (тут подано цілий розділ про книжковий ринок), яка має налагоджену мережу розповсюдження та локальні додатки по всій країні (з 2001 року вони називаються «stronami» – сторінками [3, с. 54]), тому читацьке призначення визначати не доцільно.

*Найважливіші осередки випуску журналів з видавничої справи.* При опрацюванні польських часописів з видавничої справи та наближених до неї було звернуто увагу і на територіальний розподіл випуску часописів. Закономірно, що найбільша частина часописів випускається в столиці Польщі – Варшаві (рис. 3). Друкуються часописи усіх перелічених вище груп, переважно це журнали про книжки, призначені для читачів різного рівня підготовки («Ex Libris», «Kurier Czytelniczy», «Nowe Książki», «Notes Wydawniczy» «Rzecz o

Ksiązkach та «Gazeta Wyborcza») та часопис змішаного типу «Magazyn Literacki «Książki». Вони користуються попитом у всіх регіонах країни.

Як бачимо, польський ринок часописів про книгу насичений повною мірою, усі журнали характеризуються стабільним виходом з друку (щомісяця, а газети – щодня), мають своїх постійних читачів і передплатників, а тому певних змін на ринку цієї категорії журналів не спостерігаємо. Наукову періодику представляє лише один історичний журнал «Studia Medioznawcze» та фаховий «Wydawca».



**Рис. 3. Співвідношення випуску польських журналів з видавничої справи за регіонами**

Близько 15 вищих навчальних закладів міжнародного значення (серед них Ягеллонський університет), десятки провідних наукових і галузевих товариств, діяльність їх відділів та комісій, архіви й приватні спілки видавців – усе це створило сприятливі умови до появи одного з найбільших осередків польського книго- та пресознавства з центром у Кракові. Заслугами краківських видавців, науковців і дослідників було заснування з періоду Другої світової війни і донині 237 видавництв і видавничих організацій. За станом на 1998 рік кількість наукових і фахових видань Кракова перевищила 524 назви [5, с. 118]. На протигагу столичним виданням, краківським притаманний випуск наукових і фахових часописів для вузького кола читачів. До них належать передовсім «Tygodnik Powszechny», «Rocznik Historii Prasy Polskiej» та «Zeszyty Prasoznawcze», в яких читач має можливість ознайомитися з особливостями та закономірностями виходу польської преси ще з часів XVIII ст.

Окрім цих міст, осередком журналів про видавниче життя є Познань, де виходять у світ політематичний часопис «Press» та бюлетень видавничих новин «Megaron», а також місто Кельце, в якому започатковано науковий журнал «Studia Kieleckie».

Відзначимо, що польські часописи з видавничої справи не тяжіють до конкретного напрямку, вони об'єднані в цілий комплекс видань, кожне з яких має свої видавничі традиції, свого, уже усталеного, читача та канали розповсюдження, свій імідж, заповнюючи при цьому всі ніші на ринку періодичних видань. Їм властиві глибина подання інформації, аналітичні опрацювання провідних діячів польського книго- та пресовидання, постійний пошук новаторських підходів для зацікавлення нових і вже існуючих читачів.

Цінним для моделі фахового українського журналу є досвід журналу «Wydawca». Це перший і поки що єдиний часопис, який забезпечує своїх читачів фаховими, теоретичними й практичними матеріалами з видавничої справи та дотичних до неї дисциплін, історії книгодрукування, видавці якого проводять постійні тематичні конкурси серед своїх прихильників. Український аналог польських фахових журналів з видавничої справи зацікавив би читачів впровадженням розлогіх історичних розвідок про книгу й періодичні видання («Rocznik Historii Prasy Polskiej»), творчим підходом до структури журналу («Press»), скрупульозно виконаними маркетинговими дослідженнями («Notes Wydawniczy», «Press» та його безкоштовний додаток «Dzienniki») і деталізованим науково-довідковим апаратом («Zeszyty Prasoznawcze»).

1. Jarowiecki J. Książka i prasa w systemie komunikacji społecznej: przeszosc, dzien dzisiejszy, perspektywy // Rocznik historii prasy polskiej. 2004. T. VII. Zeszyt 1. S. 195 – 200. 2. Jarowiecki J. Studia Kieleckie: Seria Bibliologiczno-Prasoznawcza (2000 – 2003). Szkic do portretu czasopism prasoznawczych // Rocznik Historii Prasy Polskiej. 2004. T. VII. Zeszyt 2. S. 271 – 274. 3. Pokrzycka L. Lubelskie srodowisko dziennikarskie – stan obecny i perspektywy // Zeszyty prasoznawcze. 2003. № 3 – 4. S. 176 – 184. 4. Wierny S. To samo, a inne. Wstep do porownawczej analizy zawartosci Gazety Wyborczej // Zeszyty prasoznawcze. 2003. № 3 – 4. S. 52 – 70. 5. Wladyslaw M. Krakowskie czasopismienictwo naukowe 1945 – 2000 – rozwij i stan wspolczesny // Rocznik historii prasy polskiej. 2004. T. VII. Zeszyt 1. S. 114 – 144. 6. [www.agera.pl/owyborczej/](http://www.agera.pl/owyborczej/).

УДК 655.535.5

*Ю. В. Стадницька*

## **ПУБЛІКАЦІЇ ПІЗНАВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ НА СТОРІНКАХ ДИТЯЧИХ ЧАСОПИСІВ**

**30-х РОКІВ ХХ ст.**

**(на прикладі часопису «Дзвіночок»)**

Визначні психологи дослідили, що дитинство – період посиленого онтогенезу особистості. В дитячі роки відбуваються формування свідомості, активний розвиток мислення, оволодіння знаковими засобами шляхом пізнання. Запам'ятовування безлічі фактів у дитинстві веде до створення бази