

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
Інститут управління та права. Факультет соціальних наук
Кафедра журналістики**

**Пояснювальна записка
до магістерської роботи**

**НА ТЕМУ «НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИЙ ЖУРНАЛ ДЛЯ ДІТЕЙ
ЯК ТИП ВИДАННЯ»**

Виконав: студент VI курсу, групи СН-310 м
Спеціальності 061 «Журналістика»
(шифр і назва спеціальності)

Цюпко Ігор Володимирович
(прізвище та ініціали)

Керівник докт. філолог. н., проф. Погребна В.Л.
(прізвище та ініціали)

Рецензент докт.н.соц.ком., проф. Березенко В.В.
(прізвище та ініціали)

Запоріжжя – 2021 р.

Інститут управління та права
Факультет соціальних наук
Кафедра журналістики
Освітній ступінь магістр
Спеціальність: 061 «Журналістика»

Завідувач кафедри А. П. Ковалюк
« 05 » 04 2020 року

5. Перелік графічного матеріалу:

6. Консультування розділів роботи _____

Розділ	Консультант	Завдання видав		Завдання прийняв	
		Підпис	Дата	підпис	Дата
Вступ	Погребна В.Л.		27.12.20		27.12.20
I	Погребна В.Л.		10.03.21		10.03.21
II	Погребна В.Л.		10.05.21		10.05.21
III	Погребна В.Л.		03.06.21		03.06.21
Висновки	Погребна В.Л.		16.09.21		16.09.21

7. Дата видачі завдання: «12» вересня 2020 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та систематизація матеріалу	вересень 2020	
2	Аналіз журналістичнознавчого матеріалу	жовтень 2020	
3	Написання вступу	грудень 2020	
4	Написання розділу 1	березень 2021	
5	Написання розділу 2	травень 2021	
6	Написання розділу 3	червень 2021	
7	Написання висновків	вересень 2021	
8	Оформлення роботи	жовтень 2021	
9	Захист роботи	грудень 2021	

Студент


(підпис)Цюпко І.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи


(підпис)Погребна В.Л.

(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КЛАСИФІКАЦІЇ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ЖУРНАЛІВ В УКРАЇНІ.....	12
1.1 Журнал як тип видання.....	12
1.2 Загальна характеристика науково-популярних журналів в Україні.....	28
РОЗДІЛ 2. ТИПОЛОГІЧНА СТРУКТУРА УКРАЇНСЬКОЇ ДИТЯЧОЇ ПРЕСИ.....	37
РОЗДІЛ 3. «КОЛОСОК» ЯК НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИЙ ПРИРОДНИЧИЙ ЖУРНАЛ ДЛЯ ДІТЕЙ.....	45
3.1 Типоформуючі ознаки видання	45
3.2 Структурні характеристики журналу «Колосок».....	48
3.3 Проблемно-тематичні та жанрові особливості публікацій.....	51
ВИСНОВКИ.....	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	73

РЕФЕРАТ

Текст магістерської роботи «Науково-популярний журнал для дітей як тип видання» становить 80 сторінок. Для виконання дослідження опрацьовано 74 джерела.

Предметом дослідження є типологічні особливості науково-популярного журналу для дітей.

Об'єкт дослідження – журнал «Колосок» за 2011-2021 рр.

Мета роботи: окреслити типологічні особливості науково-популярного журналу для дітей, специфіку його функціонування на медіаринку України.

Відповідно до поставленої мети були висунуті такі **завдання:**

- окреслити теоретико-методологічні засади класифікації журнальних видань в Україні;
- висвітлити типологічні риси журналу як періодичного видання;
- визначити місце українських науково-популярних журналів на сучасному інформаційному ринку України, розглянути їх типологічні особливості;
- висвітлити типологічні особливості української дитячої преси;
- окреслити типоформуючі ознаки, функціональні особливості науково-популярного природничого журналу для дітей «Колосок»;
- проаналізувати особливості структури та контенту видання.

Методологічну й теоретичну основу роботи становлять праці таких науковців, як Т. Давидченко, Г. Дзюбенко, Н. Зелінська, О. Коновець, І. Михайлин, М. Недопитанський, Е. Огар, О. Романчук, Д. Філоненко, В. Шевченко та ін., вони висвітлюють окремі аспекти функціонування науково-популярних журналів.

Методи дослідження: типологічний, проблемно-тематичний, описово-аналітичний, спостереження.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що була зроблена спроба окреслити типологічні особливості науково-популярного журналу для дітей, специфіку його функціонування на медіаринку України.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що в ній синтезовано здобутки попередніх досліджень щодо функціонування науково-популярного журналу для дітей. Матеріали дослідження можуть бути використані під час подальших наукових розробок, при підготовці лекційних та практичних занять з курсів «Газетно-журнальне виробництво», «Теорія журналістики», при написанні курсових та дипломних робіт студентів.

ТИП ВИДАННЯ, ЖУРНАЛ, КЛАСИФІКАЦІЯ, НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИЙ ЖУРНАЛ, ДИТЯЧЕ ВИДАННЯ, КОНЦЕПЦІЯ, ПРОБЛЕМА, ТЕМА, КОНТЕНТ, ЧИТАЦЬКА АУДИТОРІЯ, ЖАНР

ВСТУП

Сучасні наукові винаходи і рішення дуже швидко поширюються і вагомо впливають на людське життя. Про це треба розповідати, що є місією науково-популярної журналістики. Велика увага має приділятися поширенню знань про науку – таке завдання стоїть перед науково-популярними медіа. З огляду на це вважаємо актуальним дослідження специфіки функціонування науково-популярних видань на ринку ЗМІ, особливостей контенту видань такого типу.

Діти живуть і розвиваються в соціумі. Дитяча преса відображає усі події та процеси, які відбуваються у дорослому світі та навколо дітей. Серед різних журналістських явищ дитяча періодика як особлива, специфічна галузь діяльності залишається найменш дослідженою.

Дитяча преса як об'єкт досліджень входила до кола зацікавлень представників різних наук, зокрема, філософії, книгознавства, етики, філології (літературознавства та лінгвістики), соціології, психології, педагогіки та ін.. Журналістикознавці Н.О. Кіт [28; 29], Е.І. Огар [47-50], О. Прокопчук [52], А. Сокірян [57], Р. Стаднійчук [59], Ю.В. Стадницька [60; 61], О. Філіппова [64] та ін. окреслюють функції та особливості виникнення та розвитку дитячих видань.

Сьогодні науковці в Україні здебільшого звертають увагу на сучасні видання для дітей, їхні особливості, призначення, педагогічно-виховні чи духовно-пізнавальні параметри. Т.С. Давидченко вивчила структурно-функціональні особливості дитячої преси в Україні періоду 1991 – 2007 років, дала оцінку пресі для дітей як у зв'язку з журналістським досвідом попередніх поколінь, так і сучасного журналістського явища. Ця дослідниця до наукового обігу ввела відомості про найцікавіші дорадянські та радянські періодичні видання для дітей, здійснила детальний опис структурно-функціональних характеристик сучасної преси для дітей (засновник,

видавець, читацька адреса, характер аудиторії, тематика, мова, авторський склад, внутрішня структура, технічні характеристики) [11-17]. Нею було запропоновано типологічну схему для аналізу дитячої періодики, за допомогою якої угруповано типи і види сучасних газет і журналів для дітей, знайдено їх місце в загальній системі періодичного друку.

Останнім часом розгляд типологічних особливостей сучасної дитячої преси в Україні помітно активізувався, однак подібні розвідки носять поодинокий характер і враховують лише окремі аспекти функціонування дитячої періодики. Цим і визначається **актуальність нашої роботи**. Дитяча періодика є невід'ємною складовою частиною історії журналістики, тому відсутність систематичного і повного знання про розвиток окремих газет і журналів для дітей у той чи інший період, на тих чи інших територіях України збіднює загальну картину історико-журналістських процесів.

Типологія друкованих ЗМІ завжди була в центрі уваги журналістикознавців: питання історії, теорії та методології їх вивчення активно розглядалися протягом багатьох десятиліть й на сьогодні розробляються науковцями, журналістами-практиками (О. Акоповим [1-3], Г. Дзюбенко [19], С. Корконосенком [36], І. Михайлиним [39], А. Москаленком [41; 42], М. Недопитанським [46], В. Шевченко [70-72] та іншими науковцями).

Безпосередньо проблему подання науково-технічних новацій у ЗМІ досліджував С. Соловійов [58]. Питанню функціонування науково-популярної інформації в Україні присвячено статтю Т. Бондаренко [4]. Науковець розглянула специфіку подання науково-популярних текстів у друкованих та електронних засобах масової інформації, а також класифікувала типи висвітлення науково-популярної інформації у сучасних ЗМІ, проаналізувала стан наукової популяризації у вітчизняному медіапросторі [4].

Проблемі вивчення науково-популярної інформації у ЗМІ присвячені праці О. Колоєва, який досліджував науково-просвітні ЗМІ як типологічну нішу [35].

Згадаємо фундаментальні роботи українських учених Н. Зелінської [44], О. Коновця [33; 34], О. Романчука [54; 55], О. Тріщук [63], В. Шевченко [72], які висвітлюють особливості функціонування науково-популярної періодики.

О. Романчук розглядає питання пропаганди науки через науково-популярну літературу; пише про особливості функціонування таких видань у колишньому Радянському Союзі, сучасній Україні та Росії [54; 55]. Типологічні особливості сучасної науково-популярної літератури аналізує дослідниця Е. Огар у статті «Сучасна науково-популярна література: зникнення чи трансформація виду» [48].

Д. Філоненко досліджує не лише проблемно-тематичні, але й конкретні закономірності подання інформації в різних типах науково-популярних ЗМІ. Особливу увагу автор надає проблемі термінологічних бар'єрів у науково-популярних журналах [65-67].

Однак відчувається брак наукових досліджень, присвячених вивченню особливостей функціонування сучасних науково-популярних журналів для дітей. Цим і визначається **актуальність нашої роботи**.

Предметом дослідження є типологічні особливості науково-популярного журналу для дітей, особливості його функціонування.

Об'єкт дослідження – журнал «Колосок» за 2011-2021 рр.

Мета роботи: окреслити типологічні особливості науково-популярного журналу для дітей, специфіку його функціонування на медіаринку України.

Відповідно до поставленої мети були висунуті такі **завдання**:

- окреслити теоретико-методологічні засади класифікації журнальних видань в Україні;
- висвітлити типологічні риси журналу як періодичного видання;

- визначити місце українських науково-популярних журналів на сучасному інформаційному ринку України, розглянути їх типологічні особливості;
- висвітлити типологічні особливості української дитячої преси;
- окреслити типоформуючі ознаки, функціональні особливості науково-популярного природничого журналу для дітей «Колосок»;
- проаналізувати особливості структури та контенту видання.

Методи дослідження: типологічний, описово-аналітичний, проблемно-тематичний, спостереження.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що була зроблена спроба окреслити типологічні особливості науково-популярного журналу для дітей, специфіку його функціонування на медіаринку України.

Теоретичне значення роботи полягає в тому, що в ній синтезовано здобутки попередніх досліджень щодо функціонування науково-популярного журналу для дітей.

Практичне значення. Матеріали дослідження можуть бути використані під час подальших наукових розробок, при підготовці лекційних та практичних занять з курсів «Газетно-журнальне виробництво», «Теорія журналістики», при написанні курсових та дипломних робіт студентів.

За темою дослідження було опубліковано: Цюпко І. В. Науково-популярний природничий журнал для дітей «Колосок» як тип видання // Тиждень науки-2021. Факультет соціальних наук. Тези доповідей науково-практичної конференції, Запоріжжя, 19–23 квітня 2021 р. [Електронний ресурс] / Редкол. :В.В. Наумик (відпов. ред.). – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2021. – С. 129-132.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. У вступі виявляється ступінь вивченості заявленої теми, окреслюються мета, завдання, об'єкт та предмет дослідження, його наукова новизна, теоретичне та практичне значення.

У першому розділі систематизується науковий досвід класифікації журнальних видань в Україні. У першому підрозділі цього розділу окреслюються типологічні риси журналу як періодичного видання, в другому – визначається місце українських науково-популярних журналів на сучасному інформаційному ринку України.

У другому розділі висвітлюються типологічні особливості української дитячої преси.

Третій розділ присвячено виявленню типологічних характеристик науково-популярного природничого журналу для дітей «Колосок». У першому підрозділі цього розділу окреслюються типоформуючі ознаки, функціональні особливості цього видання, у другому підрозділі третього розділу розглядаються його структурні характеристики, а у третьому підрозділі – виявляються проблемно-тематичні та жанрові особливості публікацій.

Текст магістерської роботи становить 80 сторінок. Для виконання роботи опрацьовано 74 джерела.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КЛАСИФІКАЦІЇ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ЖУРНАЛІВ В УКРАЇНІ

1.1 Журнал як тип видання

О. І. Акопов вважає, що журнал – це «періодичне видання, за матеріальним втіленням аналогічне книжковому, що відрізняється від інших засобів масової інформації меншою оперативністю, містить аналіз суспільних відносин і виробничих сил, постановку наукових, політичних, соціально-економічних і духовних проблем, а також різну соціально значиму інформацію» [1, с. 6].

У словнику «Книгознавство. Термінологічний словник (редакційно-видавнича справа, журналістика, поліграфія, видавничий бізнес, інформаційно-бібліотечна діяльність)» дається таке визначення: «Журнал – періодичне зброшуроване видання, вкрите обкладинкою (рідко – палітуркою), що виходить під постійною назвою, має постійні рубрики, розділи, містить статті, інші матеріали з різних громадсько-політичних, наукових та інших питань, літературно-художні твори, ілюстрації. Ж. може мати додаток чи додатки у вигляді періодичних чи продовжуваних видань, а також платівок, дискет, магнітофонних стрічок, інших носіїв аудіовізуальної інформації. Синонім: Часопис» [30, с. 93].

Журнал має постійно діючу редколегію, яка з погодження директивних органів очолює програму видання, його функціональне та читацьке призначення, тематичний напрямок видання. Кожний номер журналу виходить впродовж року під постійною назвою, але номери мають, звісно, різний зміст.

Журнальне видання випускається у виді блоку закріплених в корінці аркушів друкованого матеріалу визначеного формату, у обкладинці або палітурці. Характерними особливостями для журнальних видань є великі

формати сторінок, двоколонний набір. Внутрішню структуру журнальних видань визначають рубриковані розділи та різноманітні за жанром, обсягом матеріали.

Термін «журнал» походить з французької мови і означає щоденник. Перші журнали почали виходити в Європі наприкінці XVII – на початку XVIII ст. Так, у 1665 р. у Франції був виданий «Journal des savants», у першій чверті XVIII ст. в Англії – журнали «Tatler й Spectator». На початку XIX ст. цей тип ЗМІ з'являється в США, одним з перших і найбільш успішних журналів був «Godey's Lady's Book» (1830).

Стрімкий розвиток індустрії журналів був пов'язаний насамперед із загальним процесом розвитку тогочасної культури, модернізацією технології друку, можливістю розповсюдження друкованої продукції на значні відстані, зменшенням часу доставки номерів, зниженням вартості видань, розширенням читацької аудиторії за рахунок загальнішого змісту видань. Ці й інші зміни, що торкнулися процесу виробництва й продажу, перетворили журнали в найпопулярніший, найдоступніший, масовий тип ЗМІ.

Періодом розквіту індустрії журналів стали 20-ті – 50-ті рр., коли були засновані медіагіганти, наприклад «Time» (1923), «New Yorker» (1925), «Life» (1936), з'явився перший чоловічий журнал – «Esquire»; неухильно зростали тиражі, підвищувалася якість ілюстрацій, що робило журнали привабливішими як для рекламодавців, так і для читацької аудиторії порівняно з радіо.

Стрімке розширення загальнодоступного телебачення, його візуальні можливості впливу на аудиторію негативно відбилися на ринку ілюстрованих видань – журнали стали програвати телебаченню в конкурентній боротьбі за рекламодавців і споживачів медіапродукції.

В. Е. Шевченко так характеризує особливості подолання кризової ситуації сучасними власниками журналів: «З одного боку, інновації торкнулися умов і вартості передплати (наприклад, ціна піврічної передплати

була меншою, ніж річної), оптимізувалася роздрібна торгівля окремими номерами тощо. З іншого боку, почалося вивчення читацької аудиторії журналу, робилися спроби «змалювати» портрет типового читача: стать, вік, професія, сімейний стан, місце проживання тощо. Зміна видавничої політики, розповсюдження каналів поширення видань зробило журнали привабливішими в очах рекламодавців, оскільки вони надавали практично «прямий» доступ рекламованого товару або послуги до цільової аудиторії» [72].

У XX ст. в індустрії журнальної продукції з'являються інтернет-версії журналів, в останні роки деякі видання зовсім припиняють випуск паперових варіантів і пропонують лише варіанти електронні. Причина таких перетворень найчастіше пов'язана з нерентабельністю паперових періодичних видань. В Україні більшість журнальних видань мають електронні аналоги.

Журнали випускаються в певні проміжки часу (наприклад, раз на місяць, раз на квартал тощо). До періодичних і продовжуваних видань належать: газета, журнал, бюлетень, календар, експрес-інформація.

Мета журналу – поширювати інформацію, яка буде цікавою певній групі читачів. Його функціональне призначення – відображати факти та події з різних сфер життя суспільства, що є актуальними в конкретний момент часу. Безперервний вихід періодичних видань дозволяє постійно і послідовно показувати сучасність, а минулі події розглядати з позицій сьогодення.

Існує ряд характерних ознак, якостей, які визначають схожість і відмінності видів і типів журналів. О.І. Акопов зазначає: «Висхідним явищем у цьому процесі є соціальні чинники, які створюють умови для виникнення нових типів журнальної продукції, визначають типоформуючі ознаки: видавець (засновник), ціль (мета) та завдання журналу, читацька аудиторія. Саме ці три ознаки в різній послідовності свого впливу і створюють тип

видання. Вони тісно між собою пов'язані, але кожна з них може бути первісною при формуванні типу видання» [3, с. 35].

О. Акопов виділяє наступні типологічні ознаки журнальних видань:

- типоформуючі: видавничий орган; цілі і завдання видання; читацька аудиторія;
- вторинні: авторський склад; внутрішня структура; жанри; оформлення;
- формальні: періодичність, обсяг, тираж [2, с. 129].

Дослідник на підставі дослідження російської та радянської науково-технічної журналістики виводить десять «основних ознак» журнальної періодики:

- 1) видавничий орган;
- 2) читацька група;
- 3) завдання і програма;
- 4) авторський склад;
- 5) внутрішня структура;
- 6) жанри;
- 7) оформлення;
- 8) періодичність;
- 9) обсяг (одного номера);
- 10) тираж (разовий одного примірника) [2, с. 119].

Дослідник вважає, що найважливішою типоформуючою ознакою видання є видавець (засновник). Його роль у формуванні типу періодичного видання дуже велика. Протягом всієї історії розвитку преси можна простежити закономірний зв'язок між появою періодичного органу і попереднім виникненням видавничої установи. Після відкриття будь-якої державної чи комерційної організації через деякий час обов'язково виникають журнали чи інші періодичні видання – органи цих установ.

Таким чином, знаючи видавця, можна приблизно судити про тип видання. Цільове (функціональне) призначення журнальної періодики реалізується в завданнях та програмах, які визначаються видавцем відповідно до його власної мети [2, 120].

Мета і завдання безпосередньо впливають із цільового призначення видання, визначають його тип, оскільки ці типи сформувались на основі поділу за цією ознакою. Вони (тема і завдання) – найважливіші типоформуючі ознаки видання, бо тип видання досить точно можна визначити за метою, завданнями, програмою періодичного видання.

Не менш важлива ознака періодики – читацька аудиторія. Її вплив на тип видання найбільш багатогранний та органічний. Це пояснюється великою соціальною значущістю і складністю категорії «читач», яка являє собою єдність загального, особливого та індивідуального, що в сучасних умовах досить адекватно відбиває відносини загального, особливого й індивідуального в їхньому соціальному виявленні.

Після того, як тип журналу вже сформувався, виникають інші типологічні ознаки, які визначаються цим типом і безпосередньо з ним зв'язані. Серед них: авторський склад, внутрішня структура, оформлення [2, с. 121].

Вплив категорії авторів на тип періодичного видання має особливе значення в журналах. На відміну від масових видань, у них можна чітко виділити категорію авторів, які пишуть для конкретного видання. Характерна особливість журналів полягає в тому, що їх автори водночас є і читачами, хоча склад читачів у категоріальному відношенні трохи ширший, ніж авторський склад, який значною мірою визначає тип видання.

Під внутрішньою структурою журналу слід розуміти принцип розміщення матеріалів безпосередньо всередині видання, тобто принцип поділу на розділи і рубрики, їх характер і метод подачі, а також співвідношення між ними за обсягом.

Перераховані типологічні ознаки – авторський склад, внутрішня структура, жанри, оформлення – визначаються типом видання. Такі ознаки, як періодичність, обсяг, тираж теж пов'язані з типом видання, але опосередковано, бо цей зв'язок залежить від деяких суб'єктивних чинників (наприклад, матеріально-технічні, видавничі та інші можливості видавця).

Феномен структурно-функціонального підходу до вивчення мас-медіа включає в себе широкий спектр характеристик: структуру суспільства, розвиток соціальних систем, аудиторію як суспільну складову. Особливості і всієї структурно-функціональної системи мас-медіа, і конкретних медіа обов'язково визначаються очікуваннями аудиторії, її структурою та запитам. Читацька аудиторія поділяється на різні групи, відмінні між собою віковими характеристиками, інтересами, статтю, особливостями розвитку, комунікаційними потребами. Для цих груп класифікуються медіа, в межах кожного окремого видання будуть зреалізовані ті структурно-функціональні характеристики, які відображають природу, різноманітність, потреби читацької аудиторії.

Структурно-функціональні характеристики мас-медіа реалізуються в сучасній журналістській практиці у контексті трьох ключових вимірів: належність мас-медіа до конкретної типологічно-видової групи, здійснення конкретним медіа певної стратегії діяльності, врахування специфіки аудиторії, в межах інтересів якої функціонують медіа. Структурно-функціональні особливості мас-медіа тісно пов'язані з їхнім класифікуванням та типологією, адже типологічна сфера є тією зв'язуючою ланкою, яка спроможна стимулювати аналіз принципів створення та діяльності мас-медіа у суспільстві.

Типологія є логічним продовженням класифікаційного аналізу. Об'єктом розподілу типології є «класифікаційний продукт», адже для свого розподілу типологія обирає те, що вже здійснено класифікацією. Визначення місця кожного об'єкта класифікації в медіасистемі дозволяє перейти до

аналізу цих об'єктів – окремих газет і журналів. Для такого аналізу складається типологічна характеристика, що містить виявлені типові (видові) відмінності кожного об'єкта класифікації, який орієнтується на типоутворюючі атрибути: журналістське завдання, видавця, авторський склад, читацьку адресу, матеріальну конструкцію, тематику, мову, внутрішнє наповнення.

Будь-яка типологічна структура не може формуватися самотійно, адже на неї впливають зовнішні (зміни, що відбуваються в суспільстві) та внутрішні (очікування читачів, думка власників, актуальність тем) чинники. Ключовими факторами формування типологічної структури мас-медіа є: тип суспільства, законодавча база, кон'юнктура інформаційного ринку, технологічний та міжнародний контексти, менталітет аудиторії.

Практичне вивчення періодичних видань з метою визначення їх місця в системі ЗМК передбачає виявлення типологічних ознак і характеристик. Такий аналіз включає такі складові: класифікацію за тематичною спрямованістю, визначення типологічних ознак видань, їх типів, видів, складення логічної класифікаційної моделі і типологічного моделювання. Саме класифікація дозволяє поділити велику кількість журналів та газет на класи, підкласи, групи, підгрупи з тим, щоб визначити, до якої з них належить те чи інше видання, його основні відмінності та загальні риси.

Існують різні класифікації видань за такими ознаками: читацькою аудиторією, місцем видання, характером інформації, видавничим органом, мовою, тематичною спрямованістю, цільовим призначенням. Але слід підкреслити, що найважливішими визначальними ознаками виступають тематична спрямованість і цільове призначення.

Відповідно до цього вирізняються дві основні класифікації, які доповнюють одна одну в характеристиці журналів і можуть бути використані залежно від конкретних завдань – поділ за цільовим призначенням всередині

тематичної класифікації і поділ за тематикою всередині класифікації за цільовим призначенням.

Г. Дзюбенко зазначає: «Умовно всі журнали можна поділити на три рівня сприйняття, які відповідно розраховані на три рівня читачів:

- 1) інформація для всіх;
- 2) широке коло працівників галузі й тих, хто цікавиться певними сферами науки, техніки, культури;
- 3) наукова і спеціальна інформація» [19, с. 25].

Дослідниця вважає, що взагалі всі журнали поділяються, звичайно, умовно на такі основні тематичні класи: загальнополітичні та соціально-економічні, виробничо-технічні, природничо-наукові, сільськогосподарські, медичні, культурно-просвітницькі, літературно-художні, військові, спортивні, екологічні. Кожен з цих класів у свою чергу поділяється на тематичні групи [19, с. 26].

Читацьке призначення журналів залежить від сфери діяльності читача, його професії, загального культурного розвитку та інтересів. Саме читацьке призначення визначає стиль викладу інформації, тематику видання, характер його матеріалів, розрахованих на читачів певних вікових категорій, залежно від виду їх занять та діяльності. Існують, також, видання, розраховані на специфічні групи населення, наприклад, для людей із фізичними недоліками.

За читацьким призначенням журнали можуть бути розраховані на читачів-не спеціалістів, та для спеціалістів в певних галузях знань чи суспільної практики.

За функціональним призначенням журнали поділяються на: суспільно-політичні (правознавчі, суто-політичні, економічного типу, популярні); наукові (природничі, гуманітарні, загальнонаукові); науково-популярні (технічні, науково-фантастичні, природознавчі, загальнонаукові); культурологічні (літературно-художні, культурно-мистецькі, релігійні);

існують також, фахово-галузеві видання, статево-групові (для села, для молоді, для жінок, дітей) тощо.

С. Гуревич виділяє наступні типи видань за цільовою читацькою аудиторією:

1. Масові видання, програми, універсальні або спеціалізовані за функцією; їхня аудиторія включає в себе значну частину населення, що проживає на всій території країни.

2. «Якісні» видання, універсальні або спеціалізовані за функцією; вони адресовані представникам еліти. У їхньому числі також і ділові, що забезпечують комунікації між представниками бізнесу.

3. Видання, спеціалізовані за окремими аудиторними групами у промисловості, сільському господарстві, на транспорті, в інших галузях виробництва, освіти, культури, побуту, адресовані представникам різних професій та ін. Вони можуть бути універсальними за функціями або спеціалізованими за цими показниками.

4. Видання бульварного типу. Вони орієнтуються значною мірою на психологію натовпу, його потреби, інтереси, на більш низький рівень масової психіки.

5. Для вікових груп: дітей, підлітків, молоді, людей середнього віку, літніх.

6. Для жінок і/або чоловіків.

7. Для батьків.

8. Для малих груп (землеробство, клуб).

9. Для різних груп віруючих (православні, католики, мусульмани).

10. Для членів та активу різних партій, профспілкових, молодіжних та інших організацій [10, с. 38-39].

В. Е. Шевченко виділяє наступні групи журналів за читацьким призначенням: «для фахівців, широкого кола читачів та окремих груп читачів» [72].

Часописи для фахівців поділяються на:

- наукові;
- виробничо-практичні;
- методичні;
- реферативні;
- ділові;
- правові;
- технічні, комп'ютерні;
- промислові;
- сільськогосподарські;
- медичні;
- військові;
- документальні [72].

Журнали для широкого кола читачів «мають на меті у популярній формі інформувати про всі сфери суспільного життя. Вони можуть бути загальними та спеціалізованими і поділяються на:

- суспільно-політичні і соціально-економічні;
- аналітичні;
- розважальні (для організації дозвілля);
- спеціальні;
- науково-популярні;
- літературно-художні;
- культурно-освітні;
- практичні;
- кулінарні;
- мистецькі, культурологічної тематики;
- про дизайн, архітектуру;
- про рослини і тварин;
- туристичні;

- автомобільні;
- спортивні;
- торговельні;
- рекламні» [72].

Ми вважаємо, що цей поділ доволі умовний, оскільки, приміром, мистецькі журнали можуть бути як для фахівців, так і для широкого кола читачів.

Цільова читацька аудиторія журналів залежить від різних чинників: професійної належності, роду діяльності, спеціалізації читача, віку, статі, загальної культури, ерудиції, інтересів, місця проживання (міська/сільська місцевість) тощо. Так, журнали для окремих груп читачів поділяються на:

- журнали для дітей;
- для молоді;
- для жінок;
- для чоловіків;
- для специфічних груп читачів (садівників, сліпих, віруючих, дизайнерів, бухгалтерів, учителів фізики й математики, безробітних, інтелігенції тощо);
- для сімейного читання;
- видання національних груп, меншин;
- видання політичних партій та об'єднань [72].

Цільове призначення періодичного видання передбачає вихід на відповідні категорії читачів. Для одних видань – це масовий читач, не зв'язаний професійними потребами в інформації; для інших – коло основних читачів може визначатися політичним, соціальним, відомчим профілем видання. Читачами третіх є фахівці. Такі видання прийнято вважати спеціалізованими.

Спеціалізовані журнали, незалежно від їх галузевої належності, розраховані переважно на наукових працівників, спеціалістів, які працюють у

даній галузі. Масові журнали розраховані на широке коло читачів і не потребують спеціальної підготовки реципієнтів та глибоких знань.

У групі спеціалізованих журналів, перш за все, виділяється науковий журнал, який містить статті і матеріали про теоретичні дослідження, а також матеріали прикладного характеру, призначені науковцям.

Другий тип журналу – науково-популярний. Він містить статті і матеріали про основи наук, про теоретичні і (або) експериментальні дослідження у сфері науки, культури і практичної діяльності. Його функціональне призначення – служити поширенню знань і самоосвіті, сприяти формуванню наукового світогляду і розширенню кругозору читача, популяризувати досягнення науки, техніки, культури, мистецтва.

До науково-популярних близькі популярні журнали, у яких публікуються різні матеріали з питань культури, спорту, побуту, дозвілля. Вони орієнтовані на широку читачську аудиторію. Їх тематика охоплює великий круг питань з самих різних сфер життя і діяльності суспільства. Такі журнали, зазвичай містять загальнодоступні відомості про організацію побуту, форми самодіяльної творчості, різні захоплення, у них публікуються матеріали про театр, кіно, діяльність артистів, спортсменів тощо.

У суспільно-політичних журналах публікуються статті і матеріали актуальної суспільно-політичної тематики. Він може включати сатиричні і гумористичні твори, а також інформацію галузевого і науково-популярного характеру. У такого журналу широка цільова спрямованість, і розрахований він на всілякого масового читача (молодь, жінки, спеціальні категорії читачів).

Дослідники типології друкованих видань сходяться в одному: тип видання – це якийсь узагальнений образ, що повторюється в тій або іншій мірі в групі реально існуючих органів масової інформації. У загальному розумінні типологія (від лат. *typos* – зразок і *logos* – слово, вчення) – це метод (а також результат) наукового пізнання, наукової систематизації,

класифікації явищ на основі спільних для них ознак і властивостей. В основі типології – розчленування систем об'єктів та їх групування за допомогою узагальненої моделі. Така класифікація представляє співвідношення між різними типами видань усередині системи ЗМІ.

Завданням типологічного методу є виявлення властивостей, установлення їхньої спільності та їх поділ, належність до визначених видань, групування їх на основі типових рис, оцінка доцільності виділення індивідуальних, особливих і своєрідних ознак тих чи тих видань. Але важливо, щоб цей метод ґрунтувався на системному підході.

Типологічні властивості є визначальними для формування концепції видання, а у подальшій роботі – виборі тих чи тих матеріалів для рубрик, їх жанрів, доборі зображального ряду, без знання типологічних ознак і особливостей не можлива підготовка якісного видання як результату редакційно-видавничої діяльності, що відповідає своєму призначенню. Цільова спрямованість, характер інформації, читацька адреса впливають на вибір назви, характер оформлення і періодичність видання.

Видання повинне мати свою зовнішню форму, що дозволяє розпізнати і виділити його з багатьох інших, подібних до нього. Очевидно, журнал повинен зберігати свою назву і логотип протягом усього часу випуску, оскільки будь-яка зміна – втрата постійного читача.

Більшість сучасних журналів, по-перше, звертається до певної групи читачів, виділеної на якій-небудь підставі, наприклад, жінок (журнали «Cosmopolitan», «Elle», «Она», «Лиза» й ін.), батьків («Счастливые родители», «Кроха и Я» й ін.); по-друге, друкують матеріали за однією темою, наприклад, домашній інтер'єр, садівництво й ін. Тобто з точки зору змісту та аудиторії у цілому розрізняють журнали:

- загальні, або універсальні, – тематично присвячені всім сферам життєдіяльності всіх членів суспільства, так звані масові видання;
- спеціальні, обмежені своєю тематикою й аудиторією.

Подібна класифікація була поширена в усі часи, оскільки є достатньо загальною. Але, як можна помітити, така класифікація не включає цільову читацьку аудиторію. Приміром, дитячі журнали неможливо зарахувати до жодної групи.

Журнал може звертатися до читача і як до громадянина, і як до фахівця, і як до сім'янина, і як до особистості певного віку або статі тощо. Тобто одна людина може бути потенційним читачем кількох журналів або один журнал становить інтерес для кількох аудиторних груп.

За місцем випуску і сферою розповсюдження розрізняються наступні періодичні видання:

- місцеві (у межах однієї області, міста, району, установи);
- регіональні;
- загальнодержавні;
- такі, що розповсюджуються за кордоном;
- міжнародні .

Місце розповсюдження може впливати на зміст видання, оскільки читачі насамперед цікавляться подіями, що відбуваються у безпосередній близькості до них, чи трапляються з людьми, що ведуть подібний спосіб життя. Це стосується не лише журналів суспільно-політичної тематики, а й спеціалізованих. Приміром, журнали для фермерів можуть друкувати практичні поради, пов'язані з кліматичними умовами конкретного регіону.

Вторинною ознакою типології можна вважати час виходу журналу, оскільки ця характеристика суттєво не впливає на змістове, функціональне і читацьке призначення. У цілому за періодичністю журнали поділяються на:

- тижневики — тип видання, який на даний момент найактивніше розвивається й має великий читацький попит, оскільки порівняно з щомісячним виданням оперативніше відгукується на актуальні події та має можливість глибше й об'єктивніше аналізувати поточні події;
- журнали, що виходять кілька разів на місяць;

- щомісячники;
- видання, що виходять раз на два місяці;
- журнали, що виходять кілька разів на рік (3–5);
- піврічні видання.

До перелічених типів можна додати ще велику кількість видань з урахуванням конкретних читацьких груп, наприклад, віку, статі, ареалу розповсюдження й інших ознак. Однак читачів масових журналів завжди поєднує те, що вони не є фахівцями основної проблематики видання, а лише цікавляться даними темами. Наприклад, науково-популярні журнали у доступній формі розкривають достатньо складні проблеми, отже, їх читачами є і фахівці, але суміжних галузей науки.

Журнали для фахівців сприяють професійній діяльності читачів. У цій групі журналів можна виділити:

- наукові: науково-природничі, науково-теоретичні, науково-технічні, медичні;
- ділові: економічні, промислові, аграрні;
- виробничо-практичні;
- навчально-методичні: для школи, вищих і спеціалізованих навчальних закладів;
- державних установ і політичних партій;
- реферативні;
- правові;
- технічні, комп'ютерні;
- військові;
- документальні [72].

Таким чином, як засіб інформації журнал має такі особливості: нескінченність та регулярність виходу в світ номерів через певні проміжки часу, наявність опублікованих матеріалів у виді статей; журнал має певний

тематичний напрямок змісту, статей, які в ньому містяться; особливе поліграфічне оформлення.

Врахування типологічних особливостей журналів є обов'язковою умовою їх ефективного функціонування: якщо правильно визначена читацька аудиторія і вона отримує від видання всю необхідну їй інформацію, тоді журнал буде користуватися попитом. Для України становлення власної системи ЗМІ, зокрема журнальної періодики, що враховує потреби українського населення, є надзвичайно важливим. Журнал як проміжний вид видань між газетою та книгою, поєднує в собі ознаки цих видань: з одного боку, подає оперативну інформацію, що цікавить сучасних читачів, а з іншого – дає глибший аналіз проблематики, ніж газета, включає історичні, освітні, практичні матеріали.

Соціальні чинники, які створюють умови для виникнення нових типів журнальної продукції, визначають типоформуючі ознаки: видавець (засновник), ціль (мета) та завдання журналу, читацька аудиторія.

До вторинних (залежних) типологічних ознак належать: авторський склад, внутрішня структура, оформлення, жанри друкованих матеріалів. На них впливають типоформуючі ознаки. Залежно від мети видання і читацької аудиторії вибирається відповідне оформлення, склад авторів, жанри матеріалів, внутрішня структура.

І, нарешті, ще в більшій підпорядкованості, залежному становищі знаходяться такі ознаки, як періодичність, обсяг і тираж. Вони також залежать від усталеного типу, читацької аудиторії, мети видання, і меншою мірою, від вторинних ознак (наприклад, оформлення, внутрішня структура, жанри можуть впливати, хоча і опосередковано, на тиражі).

Відповідно до тематичної спрямованості та цільового призначення журнальну періодику можна поділити на дві основні групи: журнали, адресовані масовому читачеві, і журнали для читачів, що є фахівцями з

профілю видання. Крім цього, журнали можуть бути диференційовані за конкретними читацькими групами з врахуванням віку, статі і інших ознак.

Знання про типологічні ознаки, безумовно, є необхідними і важливими. Стосовно журналів це відкриває можливості для всебічного аналізу як окремих журналів, так і їх типів і видів. Крім того, за допомогою типологічних ознак можлива побудова моделі видання при створенні нового журналу.

1.2 Загальна характеристика науково-популярних журналів в Україні

Докладно проблеми наукової та науково-популярної комунікації вивчалися представниками київської (В. Різун, А. Бойко, О. Коновець) та львівської (Н. Зелінська, Б. Потятиник) шкіл журналістики. Результатом цих досліджень став спільний посібник «Наукова комунікація у мас-медіа : практикум». Автори практикуму зазначають, що останніми десятиліттями «журналісти відкрили майже не охоплену інформаційну нішу, яка мусить бути безпосереднім об'єктом висвітлення у ЗМІ» [44, с. 25].

Зі слів дослідника наукової комунікації та періодики О. Коновця, «в Україні нині сформувалася певна система наукових, фахових і науково-популярних періодичних видань, яка певною мірою відповідає новим умовам функціонування науки і техніки» [34, с. 60].

Для того, щоби краще зрозуміти природу відносин між наукою та засобами масової інформації, важливо розрізняти декілька понять. За словами авторів «Наукової комунікації у мас-медіа» А. Бойко, Н. Зелінської та О. Коновця, існує три види наукової журналістики:

1. Спеціалізовані наукові видання, що видаються науковцями для науковців і призначені для вузькоспеціалізованого кола читачів.

2. Робота наукових журналістів і спеціальних кореспондентів, чії репортажі розміщуються на шпальтах видань, присвячених дослідженням, у спеціальних наукових програмах.

3. Робота кореспондентів, що не спеціалізуються на науковій проблематиці, – ними можуть бути працівники відділу новин, політики або фахівці з охорони природи, які іноді висвітлюють наукову тематику [44, с. 18].

Наукова тематика для масової аудиторії переважно розкривається у спеціалізованих науково-популярних періодичних виданнях.

Науково-популярна періодика спрямована на поширення наукової інформації в суспільстві. Вона забезпечує спілкування між фахівцями суміжних і віддалених галузей знань, а також формує науковий світогляд у пересічних громадян, сприяє інтелектуалізації суспільства [44, с. 9]. Більшість науково-популярних видань гармонійно поєднують високий рівень науковості та популярність, доступність викладу.

Дослідник О. Коновець наголошує, що визначають три основні функції наукової періодичної преси: кумулятивну (засіб фіксації та накопичення знань), комунікативну (засіб інформування) і пріоритетну (засіб визнання престижу автора – як реєстрація заявки автора на нову ідею, винахід). За нинішньої високої конкуренції в науці особливого значення набуває пріоритетна функція [44, с. 10]. Якщо говорити про науково-популярну періодику, то важливішими є кумулятивна та комунікативна функції. З практичної точки зору пересічний читач, ознайомившись з науково-популярним журналом, захоче його зберегти в домашньому архіві як джерело якісної, популярно викладеної наукової інформації. Як засіб інформування такий журнал може спонукати до наукових дискусій, особливо якщо

передбачене листування з редакцією. Пріоритетна функція більш властива суто науковим, спеціалізованим виданням.

Науково-популярна періодика виконує інформаційну, практичну функції, а також впливає на світосприйняття людини. У разі, якщо науково-популярна періодика виконує інформаційну функцію, у ній розміщуються статті, матеріали загального, оглядового характеру та універсальної тематики.

Читацьке призначення, проблематика матеріалів визначають певні типологічні особливості журналів – головні принципи підготовки науково-популярної періодики.

Дослідниця Є. Лазаревич виокремлює чотири принципи:

- наукова глибина;
- розуміння (осмислення) матеріалу;
- доступність;
- цікавий виклад інформації.

Кожне науково-популярне видання чи окремий матеріал має відповідати цим принципам, а недотримання будь-якого з них автоматично виключає статтю зі згаданого різновиду періодики. Але ступінь вираження кожного з принципів визначається тематикою, читацьким призначенням (аудиторією) та специфікою розкриття функцій, що зумовлює зарахування принципів до другого щабля типологічної ієрархії [38, с. 214].

Наукова глибина – глибина розгляду досягнень науки, основних понять та законів, систематизації даних, подання інформації про методи дослідження (для пізнавальної та практичної діяльності індивіда). Наукове подання матеріалу передбачає модель «фахівець фахівцеві». Своєю чергою, можливе й «популярне» подання інформації «фахівець нефахівцеві» у певній сфері наукового знання. Отже, смисл тексту має бути зрозумілим «з першого погляду» [38, с. 215].

Принцип осмислення матеріалу – розуміння наукових даних: поєднання фактичної (факти) та інтерпретованої інформації (особливість авторського викладу).

Принцип доступності – врахування особливостей аудиторії. При цьому важлива конкретика та послідовність. Автор науково-популярного матеріалу має розповісти про науку, не спрощуючи її й одночасно не перевантажуючи свою статтю складними термінами (матеріалом), що може не сприйняти читач. У цьому полягає найбільша складність.

Отже, науково-популярний часопис має містити матеріали, які будуть зрозумілими, доступними, цікавими та науково глибинними для читача. Лише у разі дотримання всіх чотирьох принципів такий журнал можна за типом вважати науково-популярним.

Також дослідниця Є. Лазаревич розглядає тему науково-популярного стилю та виокремлює такі його характерні ознаки: чіткість, динамізм, суб'єктивно-об'єктивний спосіб викладу (лексичні, фразеологічні, морфологічні, синтаксичні особливості). Також на «популяризації наукового тексту» наголошує українська дослідниця Т. Ковтун: «Мова у науково-популярному виданні, передаючи інформацію, користується спеціальними засобами, прийомами популяризації тексту. Прагнення авторів наукових праць зробити досягнення науки доступними широкому колу читачів цілком закономірне у вік НТП.

Адже наукову інформацію сприймають не тільки фахівці, тому виникає потреба шукати відповідні форми вираження, широко використовувати арсенал виразних мовних ресурсів» [31].

Розглядаючи науково-популярний журнал як тип періодичного видання, Є. Лазаревич пише про різновиди таких часописів, які подають відомості про науку саме для звичайного читача: вони можуть бути універсальними, політематичними та монотематичними [38, с. 221].

На видавничому ринку «науково-популярними» себе називають такі часописи: «Юний технік України», «Безпека життєдіяльності», «Часопис ПАРЛАМЕНТ», «Бджола. Здоров'я. Апітерапія», «Авіатор України», «Музейний простір», «Пам'ятки України: історія та культура», «Музика», «Чернігівщина аграрна», «Здорово», «Kosmetik international journal», «Радіоаматор», «Радиокомпоненты», «Моделіст», «Колосок», «Винахідник і раціоналізатор», «Юний натураліст», «Станіславівський натураліст», «Український театр», «Наука і суспільство», «Міське господарство України», «Країна знань», «Майстер – конструктор», «Музеї України», «Світогляд», «Дивосвіт», «Авиация и время», «Персонал», «Виноград. Вино», «Світ фізики», «Чумацький шлях», «Дошкілля», «Світ рибалки», «Ознаки часу», «Екологічний вісник», «Будьмо здорові», «Туризм сільський зелений», «Наука и техника», «Открытия и гипотезы», «National Geographic Україна», «Світова географія», «Український світ», «Загадки природи и Вселенной», «Вокруг света», «AQUATERRA.ua», «Вселенная, пространство, время» та ін. [45].

З наведених вище видань часопис «Світова географія» («World Geographic») не внесено до списку офіційно зареєстрованої періодики у Державному реєстрі друкованих ЗМІ. А видання «Открытия и гипотезы» не є журналом і позначене в Держреєстрі як «газета». Хоча саме видання позиціонує себе як «научно-популярное издание».

Дослідниця О. Кузнецова зазначає, що класоформуальною ознакою сучасних журнальних видань України є читацький інтерес, що також допомагає визначити потенційного читача.

Усі журнали можна поділити на два класи: масові і соціальні. У класі «масові видання» виокремлюємо три типи:

- 1) суспільно-політичні;
- 2) науково-популярні;
- 3) культурологічні [37, с. 77].

Тип «науково-популярні видання» дослідниця О. Кузнецова пропонує поділити на три види:

- 1) технічні;
- 2) краєзнавчі;
- 3) науково-фантастичні [37, с. 77–78].

Отже, за класифікаційними ознаками сучасні науково-популярні видання можна класифікувати таким чином:

Тип «науково-популярні», вид «технічні»: «Радіоаматор», «Радиокомпоненты», «Моделіст», «Майстер – конструктор», «Винахідник і раціоналізатор», «Юний технік України».

Тип «науково-популярні», вид «краєзнавчі»: «Музейний простір», «Пам'ятки України: історія та культура», «Музика», «Музеї України», «Український театр», «Туризм сільський зелений», «Світова географія», «Вокруг света», «National Geographic Україна».

Тип «науково-популярні», вид «науково-фантастичні»: «Вселенная, пространство, время», «Загадки природы и Вселенной», «Открытия и гипотезы» тощо.

Як уже зазначалося, дослідниця Є. Лазаревич розподілила науково-популярні журнали за тематикою та призначенням і класифікувала їх на універсальні, політематичні й монотематичні.

До універсальних можна зарахувати такі видання: «Здорово», «Колосок», «Наука і суспільство», «Країна знань», «Дивосвіт», «Открытия и гипотезы», «Загадки природы и Вселенной», «Вселенная, пространство, время» тощо.

Політематичними вважаємо «National Geographic Україна», «Український світ», «Світогляд» та «Вокруг света».

До монотематичних зараховуємо «Юний технік України», «Безпека життєдіяльності», «Бджола. Здоров'я. Апітерапія», «Авіатор України», «Музейний простір», «Пам'ятки України: історія та культура», «Музика»,

«Чернігівщина аграрна», «Kosmetik international journal», «Радіоаматор», «Радиокомпоненты», «Моделіст», «Винахідник і раціоналізатор», «Юний натураліст», «Станіславівський натураліст», «Український театр», «Міське господарство України», «Майстер – конструктор», «Музеї України», «Авиация и время», «Персонал», «Виноград. Вино», «Світ фізики», «Чумацький шлях», «Дошкілля», «Світ рибалки», «Ознаки часу», «Екологічний вісник», «Будьмо здорові», «Туризм сільський зелений», «Наука и техника», «Світова географія», «AQUATERRA.ua».

Таким чином, в Україні випускаються приблизно 50 назв журналів, які позиціонують себе як науково-популярні, з них 47 – офіційно зареєстровані в «Державному реєстрі друкованих засобів масової інформації та інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності». За класифікацією української дослідниці О. Кузнецової, тип «науково-популярні журнали» належить до класу «масові видання». Науково-популярні часописи поділяються на три види: технічні, краєзнавчі, науково-фантастичні.

Е. Лазаревич пропонує науково-популярні журнали класифікувати таким чином: універсальні, політематичні та монотематичні. Крім того, сучасні часописи можна поділяти на вітчизняні (суто українські), міжнародні (ті, які містять перекладені статті), а також на українськомовні та російськомовні.

Якщо взяти як ознаку офіційну реєстрацію на території України того чи того засобу масової інформації, то можна також виокремлювати видання офіційно зареєстровані та не зареєстровані в Україні.

Починаючи з 2013 р., науково-популярна періодика в Україні зазнає змін. Приміром, збільшується наклад видання «Світова географія»: станом на серпень цього року журнал нараховує 50 тис. прим. [45]. До пресових крамниць, хоча й не до всіх, у продаж надходить така періодика: науково-популярне видання «Пам'ятки України: історія та культура», яке присвячене

проблемам збереження й популяризації скарбів матеріальної і духовної культури; єдиний в Україні науково-популярний журнал з питань музичної культури «Музика»; науково-популярне видання «Український театр», на сторінках якого висвітлюються історія і сучасний стан театрального мистецтва, тощо. Останні три часописи друкує національне газетно-журнальне видавництво «Культура» [6]. Своєю чергою, журнал «Світова географія» став першим в Україні науково-популярним географічним часописом, засновником якого є редакція «Світова географія». Спочатку це видання виходило в Івано-Франківську, потім у Львові, а вже з 2002 р. у Києві [45].

З 2013 р. в Україні було започатковано українськомовну редакцію міжнародного науково-популярного журналу «National Geographic». Слід зазначити, що журнал не виходить у більшості пострадянських країн, крім Росії, країн Балтії та Грузії. Та й у Грузії та Латвії журнал почав видаватися лише наприкінці 2012 р. [45].

Таким чином, типоформуючими ознаками видання є: видавець (засновник), ціль (мета) та завдання журналу, читацька аудиторія. До вторинних типологічних ознак належать: авторський склад, внутрішня структура, оформлення, жанри друкованих матеріалів. Додатковими ознаками є періодичність, обсяг і тираж.

Науково-популярний журнал – це місток між академічною наукою і реальним життям. Такі журнали сприяють розвитку пам'яті, мислення; вони формують мотивацію до інноваційної нешаблонної діяльності, творчості; вони сприяють вихованню та розвитку освіченої, гідної людини, справжнього патріота, який знає історію науки своєї країни і прагне її розвивати.

В Україні випускаються приблизно 50 назв журналів, які позиціонують себе як науково-популярні, з них 47 – офіційно зареєстровані в «Державному реєстрі друкованих засобів масової інформації та інформаційних агентств як

суб'єктів інформаційної діяльності». Тип «науково-популярні журнали» належить до класу «масові видання». Науково-популярні часописи поділяються на три види: технічні, краєзнавчі, науково-фантастичні. Нажаль жодна з проаналізованих нами класифікацій не передбачає такий вид як науково-популярне дитяче видання, до якого належить журнал «Колосок».

РОЗДІЛ 2. ТИПОЛОГІЧНА СТРУКТУРА УКРАЇНСЬКОЇ ДИТЯЧОЇ ПРЕСИ

Типологічна структура української дитячої преси зазнає нині радикальних змін. Змінюють своє місце в ній старі типи видань і з'являються зовсім нові. Дослідники спостерігають зміни типологічних характеристик навіть у рамках одного видання. Мінливість цих тенденцій свідчить про продовження процесу трансформації. Саме тому немає одностайного погляду на класифікацію дитячих видань.

Дитячі газети і журнали – періодичні друковані органи для читачів дошкільного й шкільного віку. Є. Огар зазначає, що у сучасному журналістичнознавчому науковому дискурсі термін «дитяча періодика» використовують для позначення масиву періодичних видань, створених спеціально для дитячої, читацької аудиторії з урахуванням психофізичних можливостей, вікових потреб, та особливостей сприйняття [47, с. 140]. І саме ця галузь залишається найменш дослідженою.

Сьогодні постійно зростає кількість періодичних видань для дітей в Україні. Кількість періодичних видань для дітей у державі свідчить про рівень її цивілізованості, культури, інтелекту, а також про перспективи її розвитку, її майбутнє. Нове покоління повинно формуватися під впливом вдалої державної політики, сім'ї, громадськості та джерел інформації, які гарантуватимуть повноцінний всебічний розвиток дитини. Під впливом економічних, політичних, культурних процесів кардинальних змін зазнала концепція усієї структурно-функціоналістської парадигми дитячої періодики. Сучасні періодичні видання для дітей адресовані групам читачів, що різняться за ступенем підготовки, віком, статтю, уподобаннями, набувають принципово нових вимірів функціонування.

Сучасний ринок дитячих журналів, на перший погляд, насичений. Навіть, можна сказати, перенасичений – тільки за передплатним каталогом їх понад п'ятдесят. Виходять не тільки всеукраїнські, але й регіональні дитячі видання. Проте більшість з них неймовірно одноманітні та схожі, як брати-близнюки, рубриками, конкурсами і завданнями.

Для багатьох дітей, журнал – єдина можливість долучитися до регулярного читання, познайомитися з новинками сучасної дитячої літератури, виробити літературний смак, адже купити гарну дитячу книжку можуть дозволити собі далеко не всі батьки, особливо в сільській місцевості.

Діти і батьки, що мають удома комп'ютер з доступом в Інтернет, щоправда, можуть поподорожувати сторінками комп'ютерних журналів. Серед них виділяються електронні версії звичайних друкованих журналів: «Мурзилка», «Клепа», «Костер», «Юный техник». Поряд із інтернет-версіями друкованих видань є й такі, що існують тільки в електронному вигляді – з усіма класичними атрибутами дитячої періодики (яскраві, барвисті, веселі й корисні, наприклад, «Почитайка», «Солнышко»). На їхніх сторінках можна знайти вірші, пісні, казки, повісті та оповідання відомих письменників, сценарії свят, а також всілякі ігри, шаради, конкурси і малюнки для зафарбовування. Причому, у віртуальному журналі діти можуть не тільки читати, але й слухати казки або повісті, а також дивитися мультфільми.

Майже всі дитячі журнали мають електронні примірники в мережі Інтернет. Згадаємо деякі електронні журнали та газети для дітей українською мовою: «Ангелятко» та «Ангеляткова наука» (<http://www.angelyatko.com.ua>), призначений для дошкільників та дітей молодшого шкільного віку; «Познайко» (<http://www.posnayko.com/>), дитячий пізнавально-розважальний журнал для дітей від 2 років; дитячий інтернет-журнал «UA.Ромчик» (<http://improvisus.com/ua>) для дітей молодшого шкільного віку. Згадаємо і «Соняшник» (<http://www.sonjashnik.com>), дитячий пізнавально-ігровий журнал для дітей молодшого шкільного віку, Всеукраїнський науково-

популярний природничий журнал для дітей «Колосок» (<http://www.kolosok.lviv.ua>), науково-художній журнал для дітей та юнацтва «Паросток» (<http://www.nenc.gov.ua/>), що допомагає збагнути таємниці природи, гармонію стосунків людини і довкілля. На його сторінках публікують свої статті відомі вчені-біологи, екологи, аграрії, педагоги, психологи та літератори.

Нещодавно з'явилися електронні версії видань: журналу «Жирафа Рафа» (<http://rafaclub.net/ua/>), який має два варіанти: для дітей віком від 3-5 років та віком від 5-7 років, газети дитячої творчості та спілкування «Сонячний зайчик» (<http://sonzay.rv.ua>) (її читачі, в основному, діти молодшого та середнього шкільного віку, вчителі та батьки).

Журнал «Крилаті» (<http://www.krylati.org>) розрахований на дітей від 6 до 10 років, хоча цікавинки для себе можуть знайти всі, навіть батьки, вчителі, а «Однокласник» (<http://odnoklasnyk.org.ua>) – журнал для підлітків.

Журнал «Професор Крейд» (<http://kraid.com.ua/>) – захоплююче пізнавальне видання для дітей віком від 6 до 10 років.

Електронні журнали та газети для дітей російською мовою: журнал «Веселі картинки» (<http://www.merrypictures.ru/>), розрахований на дітей від 4 до 10 років; «Мурзилка» (<http://www.murzilka.org/>) – популярний дитячий літературно-художній журнал для дошкільників та дітей молодшого шкільного віку.

Тематична різнобарвність і поліграфічна якість дитячих видань, яскравість та виразність художнього оформлення приваблюють малих читачів. Варто зазначити, що поряд із добре відомими не одному поколінню читачів журналами – «Малютко» (видається з 1960 р.), «Барвінок» (з 1928 р.), «Однокласник» – додалося багато нових: «Клас!», «Розмалуйко», «Пізнайко», «Словознайка» (з 1990 р.), «Зернятко» (з 1995 р.), «Малеча» (з 1998 р.), «Дитяча Академія» (з 2001 р.), «Вулик» (з 2002 р.) і зовсім нові

видання: журнал «Пізнайко від 2 до 5» вперше вийшов у січні 2005 року, а журнал «Колосок» видається з 2006 року.

Одним із основних елементів теоретико-типологічного аналізу видань є класифікація. Це невід'ємна частина типологічного аналізу. Саме класифікація дозволить розглянути велику кількість дитячих видань, поділити її на групи за спільністю деяких ознак і, таким чином, виявити типи для теоретичного аналізу з точки зору їх характеристик, генезису, взаємозв'язків одне з одним на всіх рівнях ієрархічної структури.

Хоч усталеної класифікаційної схеми дитячої періодики до сьогодні не існувало, проте здійснювався практичний поділ видань за різноманітними ознаками. Такі поділи відбувалися в статистичних довідниках, бібліографічних покажчиках, каталогах, літописах періодичних видань тощо.

Найменування типів журналів/газет, що використовуються на практиці, як правило, беруться з друкованих підзаголовків, визначених видавцем. Потім ці найменування з підзаголовків потрапляють до Каталогів періодичного друку України, бібліографічних покажчиків, рекламних проспектів тощо.

Перше питання, яке виникає при створенні будь-якої класифікації – це вибір головної ознаки (основи) поділу досліджуваної множинності об'єктів. За ознаку поділу для класифікації сучасних дитячих журналів і газет нами обрано цільове призначення. Ця ознака, на нашу думку, найповніше й узагальнено відображає сенс поділу дитячих видань.

Журналістикознавці вважають саме функціональне, або цільове призначення підставою для поділу дитячих видань на види. Цільове призначення найбільш універсально характеризує сутність видання, його призначення, окреслює читацьку аудиторію.

Т. Давидченко стверджує, що типи дитячих видань за цільовим призначенням склалися поступово в процесі розвитку держави, суспільства та за мірою диференціації всієї системи преси. До теперішнього часу

сформувалася сукупність різних типів газет і журналів для дітей за цільовим призначенням [11].

Кожного разу при класифікаційному аналізі будь-яких об'єктів виникають термінологічні складнощі, пов'язані з найменуванням множин та підмножин, розташованих на різних ієрархічних рівнях. Ієрархічний ланцюг у класифікаційних схемах різних галузей знань дається по-різному, очевидно, за встановленою традицією: «клас-підклас», «рід-вид», «тип-підтип» тощо. Т.С. Давидченко для зручності аналізу обирає ланцюжок, запропонований ученим О. Акоповим «рід – вид – тип», і представляє три сходинки класифікації видань для дітей. На першій сходинці класифікації газети і журнали для дітей (рід видань) поділяються на п'ять основних видів: пізнавальні, розважальні, навчальні, художні, наукові. Такий поділ ґрунтується на виховних засадах та симбіозі трьох основних педагогічних функцій (виховна, навчальна, розвиваюча), що їх має виконувати дитяча періодика, а також на зацікавленні дітей у задоволенні тією чи тією інформацією [13].

Кожен із п'яти названих видів журналів та газет у свою чергу розділяється на типи (друга сходинка класифікації), які включають в себе групи конкретних журналів (третя сходинка класифікації).

Так, функціональна структура дитячих друкованих мас-медіа відповідає їх типологічній структурі. Найчисленніша, визначена (з точки зору типу) за цільовим призначенням група журналів, у підзаголовку яких міститься слово «пізнавальний». Наприклад, пізнавально-розважальні, пізнавально-ігрові (журнали: «Пізнайко», «Професор Крейд», «Стежка»). Далі Т.С. Давидченко виділяє видання з іншими підзаголовками, такими як от: розважальні, навчальні, художні, наукові.

Підходи, застосовані дослідниками до вивчення та класифікування структурно-функціональних особливостей дитячої періодики, в різні часи – в залежності від потреб суспільства, у якому функціонували зазначені мас-

медіа, – мали різні змістові відтінки. За радянських часів вченими докладно вивчалось внутрішнє наповнення преси для дітей: жанри, ілюстрації, авторський склад [13].

Сьогодні структурно-функціональні парадигми вивчення дитячої періодики змінюються, у розвідках науковців на перший план виходять такі об'єкти досліджень, як зміст інформації, читацька аудиторія, технічні параметри конкретного медіа. Ці елементи дозволяють не лише повніше класифікувати існуючі типи преси для дітей, але й аналізувати її структурно-функціональні особливості, прогнозувати виникнення нових типів газет і журналів для наймолодшої аудиторії.

З урахуванням поглядів дослідників наголошуємо на тому, що дитяча преса призначена для читача з певними віковими характеристиками, у зв'язку з якими окреслено межі категорії дитинства: діти – це особи, що не досягли повноліття, а дитинство – період життя людини, що триває від народження до отроцтва (до 12 років).

Розвиток преси для дітей в Україні, формування її структурно-функціонального наповнення відбувалися у нерозривному зв'язку з політичними, соціальними і культурними реаліями суспільства. Т.С. Давидченко зазначає, що в дорадянські часи виникають перші дитячі газети і журнали пізнавального, літературно-мистецького характеру, головне призначення цих видань – виховувати підростаюче покоління. Структурно-функціональні особливості таких газет і журналів у дорадянський період підпорядковувались законам суспільств, про що свідчать тематичне наповнення і жанрова представленість медіа.

В радянський період кардинально змінюється типологічна структура преси для дітей, і, хоча вона ще не позбавлена дидактичних настанов, друковані мас-медіа вже чіткіше орієнтуються на певну читацьку аудиторію. Газети і журнали стають більш прив'язаними до соціально-політичної історії

країни, відчутно урізноманітнюються і розширюються їх тематика, проблематика, типологічна структура, жанрове наповнення [13].

Виникають нові типи видань: народознавчого характеру, культурологічні, освітні, науково-пізнавальні, такі, що одночасно є і літературно-художніми, і суспільно-політичними, а це свідчить про орієнтацію видань того часу не на індивідуального, а колективного читача: особа дитини розглядалася на тлі суспільних взаємозв'язків. Серед ключових елементів змін у типології радянської преси відзначаються дві: редактори дозволяли дітям бути співавторами публікацій у газетах та журналах, а видавці намагалися привабити читацьку аудиторію тематичними номерами, у яких порушувались суспільно важливі, «дорослі» проблеми. В радянський час оформлюються і спеціалізовані видання – наприклад, для незрячих дітей.

За всі роки існування дорадянської та радянської дитячої періодики не зустрічається тип суто розважальних, або ігрових видань: розвагам та іграм в дитячому виданні приділялось мало уваги, розважальними могли бути або одна сторінка, або рубрика в газеті чи журналі, але ніяк не видання в цілому.

У сучасній Україні видаються дитячі газети і журнали: «Пізнайко», «Викрутас», «Малютко», «Барвінок», «Професор Крейд», «Комикс Симсоны», «Казковий вечір», «Котя», «Велика дитяча газета», «Яблунька», «Клякса», «Bratz», «Веселочка», «Професор Крейд», «Стежка», «Веселые идейки», «Ухтышка», «Джміль», «Дзвіночок», «Человек-паук», «Веселые идейки», «Яблунька», «Для малят-маляток», «Цвінь-цвірінь», «Школяр» та інші. Звернемо увагу на об'єднання деяких дитячих видань в межах однієї видавничої структури, групи. Сучасний ринок преси для наймолодших читачів насичений, сьогодні спостерігається розширення діапазону зворотного зв'язку редакцій зі своїми читачами.

Розвиток дитячої періодики зумовив і появу такого нового виду періодичних видань, як журнали для дітей віком від 2 до 6 років, призначених для спільного прочитання з батьками. З'явився і такий

особливий тип періодики, як журнал-книжка для дітей віком від 2 до 6 років, за поліграфічними характеристиками такі видання нагадують книжку, проте за періодичністю – це журнали, кожен номер яких є тематичним.

У контексті історичного аналізу вивчення преси для дітей Т.С. Давидченко здійснює класифікацію періодики для дітей за такими типами та видами: пізнавальні (представлені пресою довідкового та ігрового характеру); розважальні (газети і журнали з кросвордами, коміксами, розмальовками); навчальні (виділяємо освітні та релігійні); культурологічні (літературно-художні та літературно-мистецькі); науково-популярні (до них відносимо науково-технічні і науково-художні) [11].

До пізнавальних відносяться всі видання, що мають переважно пізнавальний зміст. Тематика таких газет і журналів вельми розмаїта. Більшість найпопулярніших серед дітей журналів і газет подають потрібну інформацію через гру, адже гра – найприродніше заняття для малечі. Серед таких видань згадаємо журнали «Пізнайко», «Професор Крейд», «Умійко», «Веселые идейки», «Малютко», «Стежка» та ін.

До науково-популярних видань віднесемо «Колосок», «Країну знань» та видання типу «Юний натураліст», «Юний технік України», «Юний моделіст-конструктор» та інші.

Таким чином, дитяча преса виконує, перш за все, функції популяризації пізнавальних та педагогічних ідей. Дитячі часописи розповідають читачам про нове в житті людей та навколишньому світі, відкриття науки і техніки.

Фактори, що впливають на формування структури кожного типу дитячих періодичних видань: первинні (цільове призначення, засновник, характер аудиторії та територія видання і розповсюдження, читацька адреса), вторинні (матеріальна конструкція, тематика, мова, авторський склад), формальні (оформлення, рубрики, жанри, ілюстрація, технічні характеристики).

РОЗДІЛ 3. «КОЛОСОК» ЯК НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИЙ ПРИРОДНИЧИЙ ЖУРНАЛ ДЛЯ ДІТЕЙ

3.1 Типоформуючі ознаки видання

Як ми зазначали вище, типоформуючими ознаками журнального видання є: видавець (засновник), ціль (мета) та завдання журналу, читацька аудиторія.

«Колосок» – всеукраїнський науково-популярний природничий журнал для дітей середнього шкільного віку. Використовувати його матеріали можуть не тільки діти, а й їх батьки, вчителі, тобто читацька аудиторія видання має широкий діапазон. Засновники видання – ЛМГО «Львівський інститут освіти», видавництво СТ «Міські інформаційні системи». Директор видавництва – Біда Максим Сергійович.

ЛМГО «Львівський інститут освіти» є засновником не тільки Всеукраїнського науково-популярного природничого журналу для дітей «Колосок», а й науково-популярної природничої газети для розумників та розумниць «Колосочок», серії науково-популярної природничої літератури для дітей «Бібліотечка Колоска», організовує та проводить літні природничі школи для дітей, інтелектуальні командні змагання на кубок журналу «Колосок», навчальні семінари для учителів початкових класів та природничих предметів.

Назва журналу пішла від назви щорічного Міжнародного природничого інтерактивного конкурсу «Колосок», який проходить з 2003 року за сприяння Міністерства освіти і науки України серед учнів 1–11-х класів. Матеріали журналу є базою для підготовки до конкурсу.

Головний редактор журналу «Колосок» – Дарія Дмитрівна Біда, доцент кафедри педагогіки Львівського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти, кандидат педагогічних наук, заслужений учитель

України. Серед авторів журналу – талановиті педагоги, науковці, які вміють зацікавити юного читача, доступно пояснити досягнення природничих наук, вказати шлях до поглибленого навчання (Дарія Біда, Тетяна Павленко, Валерій Соболев, Андрій Бокотей, Ірина Федор, Марина Яремійчук, Валерій Старшук та ін.).

Автор більшості публікацій у журналі «Колосок», його головний редактор, Дарія Біда, так презентує назву та завдання цього видання: «Ви бачите перший номер природничого журналу «Колосок». Чому журнал називається саме так? Тому що у ньому ви знайдете зерна знань з різних галузей природознавства. На сторінках журналу ми познайомимо вас з історією винаходів і розповімо про знаменитих людей у дитинстві. У журналі ви знайдете головоломки й логічні задачі, дізнаєтесь про найбільші космічні тіла й найдрібніші живі організми, познайомитесь з вашими ровесниками, які досліджують природу.

Природа завжди з нами, завжди поруч. Треба тільки почути її, адже п'ять почуттів – зір, слух, нюх, смак та дотик – у нас для того, щоб насолодитись запахом квітів, почути шелест лісу, побачити незрівнянний захід сонця, відчувати силу вітру, пізнати смак щойно зірваної суниці. Але не тільки... Щодня природа загадує нам незліченну кількість загадок. Інколи людям здавалось, що вони ось-ось знайдуть усі розгадки. До нас дійшли легенди про сміливців, які намагались вивідати таємниці землі й неба, щоб зробити людей щасливими. Грецький міф розповідає про Прометея, який подарував людям вогонь, вавілонська легенда – про Етапа, який намагався добути для людей цілющу траву – ліки від усіх хворіб, а Ікар мріяв щоб люди могли літати як птахи. Легенди стають дійсністю, бо природа щодня підказує сотні розгадок, треба тільки побачити їх! У журналі постійно діятиме рубрика «Око». Надсилайте до неї фотографії рослин, тварин, технічних споруд, пейзажів вашої місцевості, явищ природи, словом, усе цікаве, що вдалось «увіковічити» вашому фотоапаратові. У рубриці «ЗОЛОТИЙ

ОЛІВЕЦЬ» ми друкуватимемо ваші найкращі малюнки з природничої тематики. Нас цікавить ваша думка про все на світі, і тому в «КОЛОСКУ» є рубрика «ДАВАЙТЕ СПЕРЕЧАТИСЬ!» З вашою активною участю журнал буде цікавішим для всіх. Обов'язково пишіть нам, про що ви хочете довідатись зі сторінок «КОЛОСКА». Сподіваємось, що журнал буде цікавим і для дорослих членів родини, бо він цікавий для нас» [32].

Журнал видається і друкується у Львові з 2006 року (щомісячник з 2011 р.) українською мовою. З 2012 року «Колосок» виходить двома мовами: українською та російською. Його мета – популяризація природничих знань, залучення дітей до послідовного й регулярного читання, формування у них стійких навичок спілкування з науково-популярною літературою.

Фактично аудиторія журналу «Колосок» – діти віком 10–15 років. Видання зацікавить також батьків, вчителів природничих предметів, природознавства. Інтерактивні вправи залучають дітей до творчості.

З 2007 року на базі журналу видається серія науково-популярної природничої літератури для дітей «Бібліотечка «Колоска». Редакція журналу спільно з видавництвом є ініціаторами проведення Міжнародного природознавчого інтерактивного конкурсу «КОЛОСОК», тренінгів та семінарів для вчителів, Всеукраїнських інтелектуальних ігор для дітей на кубок журналу «Колосок», літньої природничої школи.

Матеріали, розміщені на сторінках журналу «Колосок», повністю відображені на сайті <http://kolosok.org.ua/vseukrajinskyj-prirodnychyj-naukovo-populyarnyj-zhurnal/>. На сайті існує можливість підписатись на журнал, а також переглянути архів попередніх випусків. Зручна система керування сайтом дає можливість швидко змінювати та завантажувати нову інформацію. На сайт встановлено статистику відвідуваності Google Analytics.

«Колосок» – науково-популярне видання (до цього типу видань можна віднести журнали «Країна знань», «Юний натураліст», «Юний технік України», «Юний моделіст-конструктор»). Треба зазначити, що журнал

«Колосок» має ознаки і навчального видання, бо в ньому представлені і такі матеріали, що допоможуть школярам у навчанні. Це видання є цікавим і корисним і для вчителів, батьків, адже в цьому журналі друкується корисний наочний матеріал. Наприклад, матеріали, що допоможуть опанувати знання з фізики, біології, астрономії тощо.

У 2008 році Держкомтелерадіо України відзначив журнал «Колосок» дипломом переможця Всеукраїнського конкурсу у номінації «Краще періодичне друковане видання для юнацтва». У конкурсі взяло участь 16 видань з різних регіонів України (журнали для дітей «Крилаті», «Ангелятко», «Ангеляткова наука», «Веселочка», «Апельсин», «Котя», «Малятко», «Барвінок», «Пізнайко», «Мішутка»; науково-популярні видання для підлітків «Колосок» та «Юний натураліст», літературно-мистецький журнал «Українська ластівка»; газети «Шкільне сузір'я», «Родник», «Світ молоді»).

3.2 Структурні характеристики журналу «Колосок»

Загальновідомо, що дитячі часописи допомагають своїм читачам у пізнанні навколишнього світу та осмисленні надбань людства у царині науки і техніки. Н. Кіт визначає такі психологічні засади розробки концепції дитячого періодичного видання:

1. Національна спрямованість видання.
2. Урахування інформаційного контексту, створюваного ЗМІ.
3. Точне визначення читацької аудиторії.
4. Урахування психологічних особливостей сприйняття і розуміння вербальної та візуальної інформації.
5. Дотримання основних дидактичних принципів: наочності, послідовності, природовідповідності, активності та самодіяльності.

6. Мультимедійний підхід (поєднання слова, малюнка, музичного додатка), оригінальне конструктивне вирішення видання (журнал-іграшка), використання специфічної фактури.

7. Часта періодичність випуску. Сьогодні більшість дитячих журналів виходить раз на місяць.

8. Тезаурусна пов'язаність з попереднім виданням [29, с. 219].

Вважаємо, що названі психологічні засади розробки концепції дитячого періодичного видання були взяті за основу при створенні дитячого журналу «Колосок».

Однією з основних структурних одиниць видання є рубрикація. У журналі «Колосок» всі рубрики сюжетно пов'язані між собою. У цьому виданні передбачені незмінні рубрики: «Світ науки» (більш рання назва «Наука і техніка»), «Жива природа», «Земля і Всесвіт» (більш рання назва «Планета Земля»), «Проекти «Колоска», непостійна рубрика: «Людина і екологія». Наявні підрубрики: «Астробіологія», «Геологія», «Дика природа», «Замітки полярника», «Екостиль твого життя», «Загадкові тварини», «Історія речей», «Квіти», «Колоскові уроки», «Кольорова планета», «Космічні рекорди», «Лабораторія «Колоска», «Ліси», «Мандрівка зоряним небом», «Мандрівки світом», «Материки», «Мій родовід», «Наукові казки», «Наші тварини», «Незвичайні фрукти», «Новини науки», «Оптика», «Перший крок у науку», «Подорожуємо Європою», «Природа України», «Рослини», «Саморозвиток», «Сам собі винахідник», «Світ, в якому ти живеш», «Сонячна система», «Тварини», «Топоніми на карті світу», «Фізика», «Хімія і життя», «Хімія навколо нас», «Червона книга України» та ін.

Тематика журналу – природознавство як інтегрований комплекс дисциплін. У журналі публікують науково-популярні статті з астрономії, біології, географії, екології, фізики, хімії. Матеріали журналу присвячені явищам живої природи, новим відкриттям у науці і техніці, астрономічним

загадкам тощо. У виданні друкуються літературні твори читачів та їхні перші наукові дослідження.

Формат видання – В 5. Кількість сторінок: 48-52. Тираж – 10 000 примірників. Періодичність – журнал виходить щомісячно.

Щоб привернути увагу дітей до певного матеріалу й утримувати її під час читання, потрібні досить сильні подразники. Це колір, ілюстрування, верстка, контраст, ритм елементів композиції, наявність додаткових стимулів (наліпок, подарунків). Для кожного видання велике значення має його художньо-технічне оформлення. Адже вже перше враження про видання ми отримуємо саме від його обкладинки. Безперечно, щоб привернути увагу, обкладинка має бути яскравою. Зазвичай на неї виноситься якесь фото, рідше намальоване зображення.

На концепцію видання «Колосок» впливає вибір конкретного кольору для кожного номера, що визначає особливості змістового наповнення й художнього оформлення видання. У журналі № 1 за 2011 так пояснюється вибір білого кольору як провідного для цього випуску: «Природа щедро розлила білила на нашій планеті» [32]. Малюнки і фотографії, представлені у цьому журналі, переважно білого кольору – сніг, сніговик, білі тварини, рослини, молоко, масло та ін. Цьому відповідає і тематика представлених матеріалів (публікації: Д. Біди «Білий-білий, найбіліший», «Піна та пінка», М. Яремийчук «Білосніжне диво» [32] та ін.).

На обкладинці № 3 за 2011 рік представлено помаранчевий апельсин. Епіграф до номеру: «Оранжевий наче гіпнотизує і притягує погляд» [32]. Більшість малюнків і фотографій – саме цього кольору (метелик, квіти, вогонь свічки, лисиця, жирафа, морква та ін.). Цьому кольору відповідає і тематика представлених матеріалів (публікації: Д. Біди «Апельсиновий рай», «Про що розповіла свічка», І. Пісулінської «Хто малює оранжевим пензлем?» [32] та ін.).

Правильно підібрані фотоілюстрації та малюнки у журналі «Колосок» значною мірою звертають увагу школярів до представлених матеріалів. Вони здатні полегшити розуміння науково-популярного тексту і допомагають читачам, що не мають фахових знань з певної галузі науки, наочно побачити суть описуваного явища.

У журналі «Колосок» не тільки подається нова цікава інформація з гарними ілюстраціями (фотографії, малюнки, схеми, графіки), а й перевіряються засвоєні знання за допомогою ребусів, кросвордів, логічних завдань. Якість фотоілюстративних матеріалів впливає на популярність видання для аудиторії, саме якісні та яскраві фото звертають увагу споживачів інформації до науково-популярних текстів.

3.3 Проблемно-тематичні та жанрові особливості публікацій

У наш час дитяча періодика здатна замінити дитячі енциклопедії, задачники, розмальовки, адже багато журналів особливу увагу звертають саме на розвиток інтелекту дітей, їх творчих здібностей.

Оксана Прокопчук у статті «Сучасна періодика для дітей: яка вона?» так окреслює вимоги до змісту дитячої преси: «Загальновідомо, що дитяча преса виконує, перш за все, функції популяризації пізнавальних та педагогічних ідей. Зміст дитячих часописів повинен розповідати читачам про нове в житті людей та навколишньому світі, відкриття науки і техніки. При цьому, всі матеріали, вміщені в дитячий друкований орган, не повинні суперечити морально-етичним нормам суспільства, більше того, вони мають пропагувати усталені цінності народу та суспільства в цілому» [52].

Дитина кожної епохи залишається насамперед дитиною, що тонко реагує на зміни навколо себе, не втратила здатності дивуватись чудовим витворам людських рук, гостро відчуває загадкове, незвичайне, нове. Юлія

Стадницька зазначає: «щоб уповні зрозуміти досягнення людського прогресу, осягнути складні закони і формули науки і далі рухатись шляхом пізнання світу, необхідно мати надійний фундамент. Цей фундамент закладається ще в дитинстві за допомогою пізнавальної літератури, яка доповнює вплив виховних і освітніх чинників... Тому так важливо давати дітям для читання пізнавальні тексти, якість яких не викликає сумнівів» [61].

Матеріали журналу «Колосок» відзначаються науковістю, достовірністю, вони присвячені різним явищам живої природи, новим відкриттям у науці та техніці, науковим загадкам та цікавим фізичним, хімічним, біологічним, астрономічним та ін. дослідженням.

Тематика рубрик названого журналу, які повторюються з номера в номер, надзвичайно різноманітна. Рубрика «Світ науки» (більш рання назва «Наука і техніка») репрезентує матеріали різних наук (біології, астрономії, зоології, хімії, фізики, математики та ін.), в яких пояснюється природа різних речей та явищ. Наприклад, у матеріалі Світлани Білоус «Несподівані винаходи Леонардо» (рубрика «Наука і техніка», Колосок, 2011, № 11) розповідається про такі винаходи Леонардо да Вінчі, як обчислювальна машина, пластмаса, кулінарні пристрої [32], а у статті Валерія Старощука «Скільки кольорів у веселки?» (Колосок, 2011, № 9) представлено різні погляди на це питання, також пояснюється, чому деякі люди не розрізняють кольорів [32].

У статті Ігоря Корча «Скотч», яка розміщена під рубрикою «Наука і техніка» (підрубрика «Історія речей»), розповідається про історію виникнення та функціонування скотчу, клейкої стрічки (Колосок, 2018, №1). Автор матеріалу, учитель фізики і астрономії, використовує багато ілюстрацій та фотографій, які дають уявлення про вироблення та використання скотчу, також тут представлені фото робіт переможців конкурсів виробів з цього матеріалу [32].

У матеріалі Ігоря Корча «Гроші замість шоколадок» (та сама рубрика і підрубрика) представлена історія створення банкомату (Колосок, 2018, №5). Автор саме так називає свою статтю, оскільки прообразом банкомату був автомат із продажу шоколадних батончиків. Текст супроводжують фото і малюнки (вони займають приблизно одну п'яту кожної з двох сторінок публікації) із зображеннями банкоматів різних часів і різних країн [32].

У статті Ігоря Корча «Історія скейтборда», яка розміщена під рубрикою «Світ науки» (підрубрика «Історія речей»), розповідається про історію виникнення скейтборду та скейтбордингу, який є шостим за популярністю видом спорту у світі за кількістю людей, які ним займаються (Колосок, 2018, №1). Автор наводить цікаві данні про те, що у 2017 році Міжнародний Олімпійський комітет включив скейтбординг у програму літньої Олімпіади, яка відбудеться цього року в Токіо.

У статті Альбіни Шевчук «Критичне мислення «по сучасному» (Колосок, 2021, №5), яка розміщена під рубрикою «Світ науки» (підрубрика «Саморозвиток»), розповідається про важливість критичного мислення для сучасної людини. Автор «розбиває» свій матеріал на декілька блоків: «Критичне мислення – це...», «Де взяти мотивацію розвивати критичне мислення?», «Чому люди розвивають критичне мислення?», «Із чого почати?». Промовисті ілюстрації та фото, посилання на курси, сайти, платформи, використання QR-кодів, за якими можна їх знайти, роблять цю публікацію дуже корисною, цікавою, сучасною [32].

Стаття Ірини Кулікової «Фізика прання» (Колосок, 2021, № 7, рубрика «Світ науки», підрубрика «Фізика») присвячена розгляду історії та фізики прання. Автор розповідає про методи очищення білизни від бруду, які використовувались до епохи пральних машин та порошків, у доступній формі пояснює, що таке дифузія, окреслює сам процес очищення речей у пральній машині, розвінчує міфи про прання [32].

Рубрика «Жива природа» дає можливість ознайомитися зі світом рослин і тварин, особливостям їх життя. Наприклад, у статті Віри Сенчиної «Фіолетова родина» (Колосок, 2011, № 10) розповідається про особливості життя квіток фіолетового кольору: крокуса (шафрана), медунки, фіалки, сон-трави та ін. [32]. У статті Валерія Соболя «Цей різнобарвний чай» (Колосок, 2011, № 9) представлено історію виникнення чаю, доводиться, що це корисний продукт, розповідається про особливості заварювання чаю [32].

У подорожньому нарисі природодослідниці, мандрівниці Тетяни Дьомкіної «Марабу, або Не судить про птаха за його пір'ям» (Колосок, 2018, № 5) розповідається про африканського найбільшого птаха марабу з родини лелекових. Автор спостерігає за зовнішнім виглядом та поведінкою подружжя марабу, яке облаштувалося на сонячній панелі у саду, зображує марабу як турботливих батьків. Ці птахи – справжні санітари савани. Разом з іншими стерв'ятниками вони поїдають останки загблих тварин, підтримуючи чистоту в природі та попереджаючи поширення хвороб. Назва матеріалу включає в себе африканське прислів'я «Не судить про птаха за його пір'ям». Автор вважає, що ці птахи може і не дуже красиві на перший погляд, але дуже цікаві і надзвичайно корисні [32].

У статті Наталі та Тараса Загульських «Земні гіганти: дерева-рекордсмени» (Колосок, 2018, № 7) розповідається про секвою, рослину рекордно великих розмірів з родини Кипарисових, яка росте в лісах Каліфорнії та Південного Орегону. Автор розповідає про історію походження назви, види та властивості цієї рослини. Свою назву секвоя отримала на честь вождя індіанського племені черокі, яке проживало на сході Північної Америки. Секвоя (християнське ім'я Джордж Гесс) був талановитою людиною, він гарно малював, знав ковальську і ювелірну справу, розробив алфавіт рідної мови. Ім'я Секвої живе у пам'яті людей завдяки тому, що так назвали саме це відоме американське хвойне дерево – секвою вічнозелену

(назву для роду запропонував німецький ботанік Штефан Ендліхеру 1847 році.)

Стаття Олени Зайцевої та Надії Панченко «Дитя смородини та агрусу – йошта» (Колосок, 2019, № 8) присвячена розгляду властивостей рослини, яку вивели селекціонери як гібрид, схрестивши чорну смородину і агрус. Цю публікацію розміщено під рубрикою «Жива природа» (підрубрика «Перший крок у науку»). Її змістові блоки: «Плоди багаторічної праці», «Портрет ягідної красуні», «Як вирощувати йошту?», «Шлам як добриво для йошти». Автор описує дослід і рекомендує використовувати вугільний пічний шлам як добриво для вирощування йошти, покращення її стану та врожайності [32].

Рубрика «Жива природа» має і публікації, які присвячені мандрівкам. Так, наприклад, у матеріалі Віри Сенчиної «Мандріва Амазонією» (Колосок, 2020, № 12, підрубрика «Мандрівки світом») описуються три дні подорожі. Метою першого дня було відвідання індіанського поселення, де живе плем'я Бора. Автор відображає зовнішній вигляд, звички, обряди індіанців, також він говорить про те, що у цей же день відбувся похід у сільву (тропічний ліс), в якому гід розповідав про екзотичні рослини, а також екскурсія нічною Амазонією.

Світанок другого дня члени туристичної групи зустрічали на Амазонці. Вони відвідали селище, в якому живе гід, цього ж дня бачили рожевих дельфінів. Третій день був ще цікавішим! Під дощем члени групи ловили піраній, згодом відвідали екологічний центр та зоопарк. Автор розповідає про екзотичних риб, тварин і навіть фотографується з анакондою (це фото представлено серед інших 13) [32].

У публікації Олесі Загульської та Наталії Загульської «Зелений друг на підвіконні» (Колосок, 2021, №1, рубрика «Жива природа», підрубрика «Рослини») розповідається про цитрусові: лимони, мандарини, апельсини. Автор говорить про їх походження, вигляд, властивості, особливості

виращування і вживання в різних країнах. Цікавим є те, що у цьому матеріалі навіть називаються речовини, які містять ці плоди, пояснюється, кому їх можна вживати і з якою метою, де і як вони використовуються у харчовій, кондитерській, фармацевтичній, парфумерній промисловості [32]. Цю статтю за обсягом інформації можна вважати енциклопедичною.

Рубрика «Жива природа» має підрубрику «Лабораторія «Колоска». Надзвичайно цікавою є стаття Миколи Мукоїда «Волосся очима хіміків» (Колосок, 2021, №5) про хімічний склад, властивості волосся людини. Автор наводить багато цікавих фактів та пропонує пройти два досліди, перший з яких дозволяє дослідити структуру свого волосся, а другий визначити показник його здоров'я [32].

Матеріали, представлені в рубриці «Земля і Всесвіт» (більш рання назва «Планета Земля»), сприяють розширенню світогляду дитини про різні планети, континенти, країни, космічні та метеорологічні явища. Наприклад, Надія Кріт у статті «Як виміряти Землю» (Колосок, 2011, № 12) розглядає уявлення людей різних часів про Землю і Сонце [32]. Олександр Шевчук у статті «Праця, з якої починається астрономія як точна наука» (Колосок, 2011, № 8) окреслює діяльність Аристарха Самоського, давньогрецького астронома, математика і філософа, який уперше запропонував геліоцентричну систему світу, розробив науковий метод визначення відстаней до Сонця і Місяця та обчислення їхніх розмірів [32].

У матеріалі Надії Кріт «Про Францію і французів» (Колосок, 2018, № 1, рубрика «Земля і Всесвіт», підрубрика «Подорожуємо Європою») говориться про природні пам'ятки Франції, її традиції та сучасне життя. Ця інформація є цікавою, доступною для дітей, добре структурованою, 21 фотографія на семи сторінках допомагає візуалізувати розповідь. Структурні частини мають промовисті назви: «Символи і традиції», «Візитна картка», «Дорогами півночі», «Париж, Париж!», «В гостях у Д'артаньяна», «На Монблан», «Білі коні Камаргу», «Французька школа», «Дякуємо, Франціє!», коли бачиш їх,

хочеться зупинитися і читати статтю [32].

Стаття Олега Крисюка «Полонський хребет Українських Карпат» (Колосок, 2019, № 8, рубрика «Земля і Всесвіт», підрубрика «Природа України») знайомить читачів з гірським масивом, розташованим у Закарпатській області, його горами, річками, полонинами, рослинним та тваринним світом (у заказнику «Соколові скелі» гніздяться рідкісні птахи, занесені до Червоної книги України, а у заказнику «Росішний» зростає багато рідкісних рослин, які теж занесені до Червоної книги України) [32].

У матеріалі Олександра Шевчука «Зорі та субзорі з аномальними параметрами» (Колосок, 2020, № 12, рубрика «Земля і Всесвіт», підрубрика «Космічні рекорди») пояснюється, чим зорі відрізняються від субзорь (коричневих карликів), розглядаються види останніх та їх властивості [32].

Стаття Євгена Гайдая «Кольоровий світ» (Колосок, 2021, № 1, рубрика «Земля і Всесвіт», підрубрика «Світ, в якому ти живеш») починається зі вступного слова автора, який вважає, що «за допомогою зору ми сприймаємо понад 80% інформації про навколишній світ, яка надходить до нас завдяки світлу» [32]. Стаття складається з п'яти частин, у кожній з яких демонструються надбання різних наук. У першій частині «Кольорова фізика» пояснюється, що таке світло, випромінювання, колір.

Частина «Кольорова біологія» присвячена розгляду зорових систем людей та деяких тварин. У частині «Кольорова екологія» розповідається про Червону книгу, яку так назвали, оскільки червоний колір символізує небезпеку. Тут зафіксовані списки рослин та тварин, яким загрожує вимирання. Автор зазначає, що з 1987 р. в Україні видають Зелену книгу, в якій, на відміну від Червоної книги, звертають увагу на охорону не окремих видів, а цілісних угруповань.

У частині «Кольорова географія» пояснюється, яке значення мають кольори для географії. За допомогою кольору позначають глибину морів та

океанів, висоту гір, низовин та ін. на картах, багато об'єктів на карті світу мають «кольорові» назви.

У частині «Кольорова астрономія» розповідається про астрономічні об'єкти, чорні діри та чорні зорі, які отримали свою назву за кольором. Висновок автора статті вражає, бо стаття дає знання не тільки з фізики, біології, екології, географії, астрономії, а й зачіпає питання естетики та етики, проблему людського існування: «Світ, який нас оточує, неймовірний. Різноманіття кольорів і відтінків уже багато тисяч років дивує людське око, надихає вчених та дає великий простір для фантазії митцям. І сьогодні важливо, щоб люди не перетворили нашу різнобарвну Землю на монохромну пустелю, щоб Червона книга з кожним своїм виданням не ставала ще більш товстою, щоб чорні сторінки з неї зникли назавжди, а дослідники Всесвіту відправились у подорож до блакитних і червоних зір крізь різнокольорові туманності» [32].

Ця тематика продовжується у матеріалі Зої Залуніної «Кольорові моря» (Колосок, 2021, № 5, рубрика «Земля і Всесвіт», підрубрика «Кольорова планета»), яка називає серед 63 морів світу чотири «кольорові» моря, кожному з них присвячена окрема частина: «Море гостинне чи негостинне море – Чорне море», «Море криги і страждань – Біле море», «Море ранкового сонця – Жовте море», «Найтепліше і найсолоніше – Червоне море». Автор розглядає походження назв морів, особливості їх надводного і підводного світу, значення для перевезень і розвитку курортів та ін. Висновок виводить за межі сказаного у статті і спонукає читача до роздумів: «Море живе своїм життям. Життям руху, хвилювання та краси. Море – це символ свободи, простору. Море – це багатство. Воно нагодує, доставить у потрібне місце, оздоровить, подарує заряд позитивних емоцій та заспокоїть душу» [32].

Рубрика «Людина і екологія» містить публікації, присвячені екологічним проблемам, пов'язаним з нераціональним споживанням природних ресурсів і тотальним забрудненням нашої планети, це проблеми:

негативного впливу на природне середовище, зниження кількості прісної води, зростання площ пустель, знищення природних ресурсів, вимирання рослин та зникнення цілих видів тварин та ін.

Наприклад, у матеріалі Мар'яни Кременської «Вразлива тварина у твердому панцирі» (Колосок, 2018, № 7, рубрика «Людина і екологія», підрубрика «Червона книга України») розповідається про європейську болотну черепаху, єдиний вид черепахи, що живе в Україні. Вона занесена до Червоного списку Міжнародного союзу охорони природи (IUCN) як вид, близький до загрозливого стану, а також включена до Додатка II Бернської конвенції. Її охороняють у багатьох країнах Європи. Одними з найвагоміших факторів вразливості всіх видів черепах є втрата біотопів у наслідок господарського освоєння території, винищення та масовий відлов з метою утримання у неволі [32]. Матеріал розподілено на декілька частин, кожна з яких має підзаголовок: «Рідкісна у Європі», «Опис виду», «Харчування», «Розмноження», «Наші дослідження». Навіть з цих назв зрозуміло, що ця стаття формує знання як з екології, так і з зоології, що доводить міждисциплінарність частини публікацій журналу.

Публікація Тетяни Бахтин «Сміттєвий континент» (Колосок, 2021, № 5, рубрика «Людина і екологія», підрубрика «Екостиль твого життя») присвячена важливій екологічній проблемі усього людства – забрудненню Світового океану. Автор називає наступні виклики: «... забруднення підземних та поверхневих прісних вод мінеральними добривами та гербіцидами, забруднення морів та океанів нафтою, твердими побутовими відходами у вигляді пластику тощо. Наслідками цього є зниження кількості планктону, риб, ссавців та інших морських мешканців... ці забруднення та порушення природного балансу призводять до істотних змін кліматичного режиму та погоди на всій планеті» [32]. Вона не тільки констатує коло проблем, а й розповідає про діяльність природоохоронних організацій, а також дає конкретні поради щодо збереження природи (відмовитися від

поліетилену та пластику, економити електроенергію та воду, користуватися екологічним транспортом, споживати відповідально, сортувати сміття).

Рубрика «Проекти «Колоска»» теж містить чимало цікавого. Наприклад, у журналі №5 за 2018 рік під рубрикою «Проекти «Колоска»» (підрубрика «Мудрий «Колосок»») розміщено тести, за допомогою яких можна перевірити свої знання з астрономії, а у №7 за цей же рік представлено природничу вікторину, тести з астрономії, кросворд «Коралові рифи» (треба вписати назви дванадцяти риб, які живуть там). Зазначимо, що на обкладинці цього номера зображені саме ці риби [32].

У журналі №8 за 2018 рік під рубрикою «Проекти «Колоска»» (підрубрика «Мовні барви») представлена таблиця, в якій наводяться запозичені слова та їх українські відповідники, а також кросворд, у якому треба добрати до запозичених слів українські відповідники. За QR-кодом можна перейти на YouTube-канал і подивитись Колоскові уроки української мови [32].

У журналі №12 за 2020 рік під рубрикою «Проекти «Колоска»» (підрубрика «Мовні барви») розміщено вірш Василя Стуса та його переклад (уривок) англійською мовою Артема Пулемотова. За QR-кодом можна прочитати переклад вірша повністю [32].

Олексія Спринчак, учениця 7 класу ліцею, у цьому ж номері (рубрика «Проекти «Колоска»» (підрубрика «Перший крок у науку»)) у матеріалі «Вирощування меліси лікарської у домашніх умовах» розповідає про корисні властивості меліси та про процес її вирощування у власній квартирі. Також дівчинка представляє рецепт приготування чаю з меліси. У цьому ж номері цілий розворот присвячено поетичним та прозаїчним вітанням дітей, які були направлені до редакції журналу з приводу 15-річчя журналу «Колосок» [32].

У журналі №1 за 2021 рік під рубрикою «Проекти «Колоска»» (підрубрика «Мудрий Колосок») розміщено віртуальну мандрівку. Перед

дітьми стоїть завдання: розглянути фото, упізнати відомі споруди та пам'ятники та вибрати країну, в якій вони розташовані [32].

Рубрика «Про все на світі» знайомить із умовами турнірів, конкурсів на кубок журналу «Колосок», тут друкуються завдання та запитання для школярів різних вікових груп. У цій рубриці є різні проекти, «наукові забави», поради, як зробити своїми руками листівки та ін. [32].

На обкладинці журналу «Колосок» із зовнішньої сторони представлені фото та малюнки із зображеннями живої та неживої природи, а з внутрішньої сторони подекуди редактори розміщують оголошення та рекламу свого видання чи конкурсів. Наприклад, у журналі №1 за 2018 рік розміщено оголошення: «Вітаємо учасників III Всеукраїнського Інтернет-конкурсу Учитель року-2018 за версією науково-популярного природничого журналу „Колосок”», розклад наступних змагань, дається посилання на сайт журналу, де можна знайти положення про конкурс, умови участі. Слоган «Не виходячи з дому, станьте „Учителем року”, отримайте звання „Учитель-ерудит” або „Учитель-популяризатор”!» рекламує конкурс.

У журналі з 2019 року з'явилася новинка – на обкладинці з внутрішньої сторони представлені QR-коди, за якими можна зробити передплату журналу «Колосок» та газети «Колосочок», а з 2021 року наявні QR-коди дають можливість учасникам конкурсу «Учитель року – 2021» та координаторам конкурсу «КОЛОСОК весняний – 2021» отримати сертифікати. Це свідчить про сучасність та популярність цього видання.

Типовим для дитячих періодичних видань є публікації літературних текстів, які можна поділити на дві групи: художні і нехудожні. Твори художньої літератури (вірші, казки, оповідання тощо), адресовані дітям, розвивають емоційну сферу особистості, допомагають засвоїти основні моральні принципи, здійснюють виховну функцію. В журналі «Колосок» у рубриці «Урок у віршах» представлено вірші дітей, присвячені конкретним явищам живої та неживої природи, які допомагають процесу пізнання

навколишнього світу. Таке ж завдання вирішують і біологічні казки. Наприклад, вірш Марії Касьян «Корінь» (2011, № 1) дає уявлення про функції та структуру кореня рослин [32], а у вірші Діани Величко «Вода» (2011, № 2) розповідається про значення води для людей та тварин [32]. Автори віршів, що представлені у кожному номері «Колоска» у рубриці «Урок у віршах», – школярі.

Автор біологічних казок – Марина Яремійчук. Наукова казка, як зазначає Ю.В. Стадницька, «почала формуватись у 30-х рр. ХХ ст., з приходом у дитячу літературу таких письменників як Н. Забіла» [68]. Звична і зрозуміла читачам форма казки є найдохідливішою, щоб швидко і легко, ненав'язливо увести дітей у світ знань, допомогти здобути інтерес до наукового матеріалу. Наприклад, Марина Яремійчук у казці «Хто найважливіший?» (2011, № 12) доводить, що «в лісі немає непотрібних істот» [32]. Ця ж авторка у казці «Лісовичок та пташки» (2011, № 11) наголошує: «Лісовичок запам'ятав, що в природі все взаємопов'язане, і треба берегти кожную пташку, кожную рослину, щоб наше життя перетворилося на справжню казку!» [32].

Тетяна Заполочна у матеріалі «Незвичайна подорож Королеви ягід, або Суперечка у родині розових» (Колосок, 2021, №7, рубрика «Жива природа», підрубрика «Наукові казки») розповідає про властивості вишні у формі казки. У родині Розових між Полуницею, Вишнею та Малиною відбулась суперечка за звання Королеви ягід. Мудра Троянда порадила подругам вирушити у дослідницьку подорож. Вишня туди відправила свого таємного агента Сливу. Розшифровувати таємні послання Вишня доручила вірному особистому секретареві графові Вишніусу.

У першому посланні окреслюється етимологія назви «вишня»: «... археологічні знахідки свідчать, що вишня була відома нашим предкам ще приблизно 10 тис. років тому, і вже тоді вони вживали її в їжу. Слово «вишня» слов'янського походження. Деякі дослідники порівнюють його із

весняним сонцем у зеніті, тобто «вишнім» сонцем... у свідомості праукраїнців вишня асоціювалася з небом, високим деревом життя, Богом, а білий колір її цвіту – із святістю» [32].

Друге послання графова Вишніуса називається «Екскурс в історію», у ньому наголошується, що колись слов'яни святкували Новий рік навесні 21 березня, під час весняного рівнодення (це споконвічне свято хліборобів). Вишня в Україні була ритуальним деревом весняного новорічного обряду. Молоде деревце садили восени у дерев'яну діжечку, тримали його в хаті. Саме тут автор статті від історичної довідки переходить до біологічних характеристик цього дерева.

У третьому посланні «Українське «вишневе» письменство» наголошується, що вишня є своєрідним символом України, що відображено у фольклорі та літературних творах багатьох письменників (наприклад, у вірші Т. Шевченка «Садок вишневий коло хати»), автор розповідає, чому письменник Павло Губенко обрав «смачний» псевдонім Остап Вишня. Доречними тут є і біографічні данні про цього гумориста. Також цікавим є повідомлення, що Національний банк України випустив монету номіналом 2 гривні, присвячену 125-річчю від дня народження Остапа Вишні: «На аверсі монети зображені плоди вишні у капелюсі та рушниця, в яку заряджають ці ягоди, як символ влучності слів талановитого письменника» [32].

У четвертому посланні «Натхненні плодами вишні» говориться про те, як увічнюють вишню у картинах, пам'ятниках. Найближчий до нас розташований у Білорусі, у м. Глибоке, де проводять щорічний фестиваль, присвячений цим плодам. Тетяна Заполочна у цьому посланні репрезентує, що таке натюрморт, характеризує картину французького живописця Поля Сезанна «Натюрморт із вишнями і персиками».

У п'ятому посланні надаються біологічні характеристики: «... вишня звичайна – плодове дерево або чагарник, сягає до 10 м заввишки ... На середньостатистичній вишні за рік виростає майже 7 000 плодів. Всього зараз

культивують приблизно 60 різних сортів вишні. Дикі сорти ростуть навіть у холодних регіонах, наприклад, у горах Далекого Сходу і навіть у Гімалаях» [32].

Послання 6 – «Лікувальні властивості вишень». Ця рослина за вмістом корисних речовин та мінералів (мінеральні речовини: калій, натрій, кальцій, магній, марганець, фосфор, залізо, селен; вітаміни: B1, B2, B3, B5, C, PP, фолієва кислота) є Королевою. Вона здатна регулювати обмін речовин, очищати організм людини від шкідливих продуктів обміну та холестерину. Тому її використовують у фармацевтичній індустрії.

У цьому посланні агент Слива та граф Вишніус наводять багато цікавих фактів, які підтверджують високий статус вишні серед інших рослин. Наприклад, вони свідчать: «... вишневі дерева можуть жити дуже-дуже довго і вирости до вражаючої висоти (у Великій Британії є вишня, якій понад 150 років, заввишки вона досягла 13 м)» [32].

Вишню ми їмо у свіжому вигляді, варимо вареники, варення, узвари, випікаємо пиріжки, багато десертів прийнято прикрашати саме вишенькою. В Україні на честь вишні названі міста і селища (на гербі міста Вишневе Київської області зображено саме вишню).

Таким чином, ця публікація має міждисциплінарний характер, дає знання з біології, історії, літератури, хімії, медицини, географії, історії мистецтв, і все це дозволяє форма казки, яку використав автор.

Метою текстів нехудожнього характеру є донесення до дітей зрозумілою мовою знання про системність навколишнього світу, характеристика окремих предметів та явищ і пояснення причинно-наслідкового зв'язку між ними, розкриття сутності наукових понять. Особливістю нехудожніх текстів є ще й те, що їх створюють спеціально для публікації у дитячих періодичних виданнях.

Сучасні дослідники української дитячої періодики, аналізуючи зміст окремих видань, зазначають, що поруч з художніми текстами на сторінках

практично усіх дитячих часописів публікували тексти нехудожнього характеру, називаючи їх науково-популярними або ж науково-пізнавальними матеріалами, проте універсальної назви для даної групи текстів, яка б характеризувала їх сутність, досі немає.

Ю.В. Стадницька зробила спробу охарактеризувати масив текстів нехудожньої літератури, адресованих дітям, створених спеціально для дитячих періодичних видань і призначених для задоволення потреби дитини у пізнанні. Вона вважає, що «найбільш доцільною формою для позначення досліджуваних текстів є поняття «дитяча публіцистика» [60, с. 20]. Публіцистика як один з потоків інформації сприяє виконанню головних функцій ЗМІ – оперативного інформування, тлумачення подій і фактів тощо. Об'єктом публіцистики є реальна дійсність з її складними взаємозв'язками (беручи до уваги економіку, право, мораль, побут, виробництво тощо), предметом – виокремлена з пізнавальною метою частина об'єктивної дійсності.

Методом публіцистики є поєднання понять і образів, раціонального та емоційного. Український дослідник публіцистики В. Здоровега вважає, що саме такий метод «...дає змогу переконувати, а не наказувати, вчити мислити самостійно, а не нав'язувати догми. У цьому велика педагогічна роль публіцистики. Цим вона ... зближується з педагогікою, популяризацією науки, тлумаченням тих чи інших знань» [27, с. 223].

Якщо звернутись до аналізу творів нехудожньої літератури, опублікованих на сторінках журналу «Колосок», то можна констатувати, що їх метою є здійснення впливу на свідомість реципієнта, формування його світогляду, спонукання до подальшого активного пізнання навколишньої дійсності. Слід також зазначити, що у творах дитячої нехудожньої літератури поєднано раціональне з емоційним, поняття та образ. Публіцистичні твори також характеризуються популярністю, доступністю викладу, точністю

фактів, поясненням загального через конкретне, використанням яскравих художніх образів та прийомів з метою вплинути на емоції читача тощо.

Публіцистика стає дитячою тоді, коли відповідає основним вимогам своєї аудиторії: задовольняє потребу у пізнанні і цікавість дитини певного віку, послуговується методами впливу, враховуючи психологічно-вікові особливості дитячого сприймання.

Однією з важливих рис дитячої публіцистики є те, що в творах явища пояснюються здебільшого через наукові доводи, переконання, невідоме коментується відомими фактами, нове порівнюється з уже відомим дитині. Проте неможливо створити якісний твір, доступний розумінню дитини-читача, не використовуючи образних засобів і не впливаючи на її емоції. Основними образно-емоційними засобами, якими послуговується дитяча публіцистика, є: використання персонажів, створення динамічного сюжету, яскрава мова та жвавий виклад.

Таке поєднання образності зі строгою документальністю, достовірністю і точністю фактів зумовлено конкретно-образним мисленням дітей, емоційною формою осягнення дійсності, і лише через емоційне переживання, відчуття будь-яке поняття може бути ними засвоєне і осмислене. Тобто через образ до дитини має надходити справжнє знання про світ. До специфічних функцій дитячої публіцистики відносимо формування світогляду дитини, збагачення її інтелекту, подання матеріалу для осягнення розвитку дійсності та розуміння причинно-наслідкового зв'язку між явищами, активний вплив на розвиток особистості.

На сторінках видання «Колосок» можна знайти такі жанри, як: статті, листи, звернення, нариси, інтерв'ю, замальовки, репортажі, кореспонденції. На сторінках журналу подаються цікаві тести, кросворди, вікторини. Редакція залучає школярів до співпраці: на сторінках журналу можна знайти дитячі вірші, листи, переклади, фотографії тощо.

Таким чином, «Колосок» – Всеукраїнський науково-популярний природничий журнал для дітей середнього шкільного віку. Засновники видання – ЛМГО «Львівський інститут освіти», видавництво СТ «Міські інформаційні системи».

Журнал видається і друкується у Львові з 2006 року. Його мета – популяризація природничих знань, залучення дітей до послідовного й регулярного читання, формування у них стійких навичок спілкування з науково-популярною літературою. Журнал містить матеріали, присвячені відкриттям у науці і техніці, науковим дослідженням – залишаючись дійсно єдиним журналом в Україні з такої тематики.

У журналі «Колосок» саме науково-популярна інформація знаходиться на першому місці, за своїм цільовим призначенням цей журнал відповідає заявленому редакцією типу науково-популярної дитячої преси. Найчастіше у цьому виданні представлені: науково-технічна інформація, а також матеріали про рослинний та тваринний світ.

Редактори будують тематично-змістове наповнення видання «Колосок», чітко уявляючи цільове призначення журналу, вивчають та враховують потреби своєї читацької аудиторії, запити сучасної дитини, випускають таку продукцію, яка для сучасної дитини є цікавою і необхідною, а значить досягають комунікації із дитячою аудиторією.

Треба зазначити, що журнал «Колосок» має ознаки і навчального видання, бо в ньому представлені і такі матеріали, що покликані допомогти дитині у навчанні. Одночасно він може стати у нагоді батькам, педагогам, адже в цьому журналі друкується корисний наочний матеріал. Наприклад, матеріали, що допоможуть навчити основ англійської мови, фізики, біології, астрономії тощо.

У журналі «Колосок» всі рубрики сюжетно пов'язані між собою. У цьому виданні передбачені незмінні рубрики: «Світ науки» (більш рання назва «Наука і техніка»), «Жива природа», «Земля і Всесвіт» (більш рання

назва «Планета Земля»), «Проекти «Колоска», змінні рубрики: «Людина і екологія», Підрубрики: «Саморозвиток», «Історія речей», «Наукові казки», «Тварини», «Перший крок у науку», «Колоскові уроки», «Перший крок у науку», «Сам собі винахідник», «Екостиль твого життя», «Хімія навколо нас», «Природа України» та ін.

У журналі «Колосок» не тільки подається нова цікава інформація з гарними ілюстраціями (фотографії, малюнки, схеми, графіки), а й перевіряються засвоєні знання за допомогою ребусів, кросвордів, логічних завдань.

На сторінках видання «Колосок» представлені жанри: статті, листи, звернення, нариси, інтерв'ю, замальовки, репортажі, кореспонденції.

ВИСНОВКИ

Основними типоформуючими ознаками журналу, які створюють тип видання, є: видавець (засновник), ціль (мета) та завдання видання, його читацька аудиторія. До вторинних типологічних ознак належать: авторський та редакційний склад, внутрішня структура видання, його оформлення, жанри друкованих матеріалів. Важливими є і такі ознаки, як періодичність, обсяг і тираж.

В Україні випускаються приблизно 50 журналів, які позиціонують себе як науково-популярні, з них 47 – офіційно зареєстровані в «Державному реєстрі друкованих засобів масової інформації та інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності». Тип «науково-популярні журнали» належить до класу «масові видання». Науково-популярні часописи поділяються на три види: технічні, краєзнавчі, науково-фантастичні.

Основна мета існування науково-популярної періодики – поширення відомостей про науку серед пересічних читачів. Відбувається спілкування науковців з нефаківцями, тобто зі звичайною аудиторією – людьми, яких цікавлять дослідження, але які не володіють спеціальною термінологією. Існують видання, які можна умовно назвати універсальними науково-популярними часописами («Вокруг света», «GEO», «National Geographic Україна», «Український світ», «Наука і суспільство», «Колосок»). До спеціалізованих науково-популярних журналів зараховуємо видання «Пам'ятки України», «Музика», «Український театр», «Світова географія», «Наше небо».

Науково-популярні журнали містять статті і матеріали про основи наук, про теоретичні і (або) експериментальні дослідження у сфері науки, культури і практичної діяльності. Функціональне призначення таких видань – служити поширенню знань і самоосвіті, сприяти формуванню наукового світогляду і

розширенню кругозору читача, популяризувати досягнення науки, техніки, культури, мистецтва.

Науково-популярна дитяча преса виконує, перш за все, функції популяризації пізнавальних та педагогічних ідей. Дитячі часописи такого спрямування розповідають читачам про нове в житті людей та навколишньому світі, відкриття науки і техніки.

Всеукраїнський науково-популярний природничий журнал для дітей «Колосок» – надзвичайно цікаве, сучасне, корисне видання для дітей та юнацтва. Фактично аудиторія журналу «Колосок» – діти віком 10–15 років. Головна особливість журналу «Колосок» – інтегрований підхід у репрезентації природознавчих знань; розвиваючий характер; широке використання оригінальних засобів популяризації наукових знань з орієнтацією на читацьку аудиторію підліткового віку; належна культура художньо-технічного оформлення й поліграфічного виконання; інтерактивний характер (відповідні сторінки журналу залучають дітей до індивідуальної й колективної пізнавальної, дослідницької, творчої діяльності). Усе це робить видання цікавим і корисним не тільки для дітей, але й для дорослих – батьків, педагогів.

Матеріали журналу «Колосок» відзначаються науковістю, достовірністю, вони присвячені різним явищам живої природи, новим відкриттям у науці та техніці, науковим загадкам та цікавим фізичним, хімічним, біологічним, астрономічним та іншим дослідженням.

У журналі «Колосок» тематика рубрик та підрубрик надзвичайно різноманітна, всі рубрики сюжетно пов'язані між собою. У цьому виданні передбачені незмінні рубрики: «Світ науки» (більш рання назва «Наука і техніка»), «Жива природа», «Земля і Всесвіт» (більш рання назва «Планета Земля»), «Проекти «Колоска», непостійна рубрика: «Людина і екологія». Наявні підрубрики: «Астробіологія», «Геологія», «Дика природа», «Замітки полярника», «Екостиль твого життя», «Загадкові тварини», «Історія речей»,

«Квіти», «Колоскові уроки», «Кольорова планета», «Космічні рекорди», «Лабораторія «Колоска», «Ліси», «Мандрівка зоряним небом», «Мандрівки світом», «Материки», «Мій родовід», «Наукові казки», «Наші тварини», «Незвичайні фрукти», «Новини науки», «Оптика», «Перший крок у науку», «Подорожуємо Європою», «Природа України», «Рослини», «Саморозвиток», «Сам собі винахідник», «Світ, в якому ти живеш», «Сонячна система», «Тварини», «Топоніми на карті світу», «Фізика», «Хімія і життя», «Хімія навколо нас», «Червона книга України» та ін.

Якщо визначати цільове призначення цього видання, то воно відповідає заявленому редакцією типу науково-популярної дитячої преси. У журналі переважають матеріали науково-технічного спрямування, а також матеріали, у яких представлено рослинний та тваринний світ. Редактори будують тематично-змістове наповнення видання «Колосок», чітко уявляючи цільове призначення журналу, вивчають та враховують потреби своєї читацької аудиторії, запиту сучасної дитини, випускають таку продукцію, яка для сучасної дитини є цікавою і необхідною, а значить досягають комунікації із дитячою аудиторією.

На сторінках видання «Колосок» можна знайти такі жанри, як: статті, листи, звернення, нариси, інтерв'ю, замальовки, репортажі, кореспонденції. На сторінках журналу подаються цікаві тести, кросворди, вікторини. Редакція залучає школярів до співпраці: на сторінках журналу можна знайти дитячі вірші, листи, переклади, фотографії тощо.

Якщо порівняти контент журналів «Колосок» за 2011-2014 рр. та 2015-2021 рр., то можна зробити такі висновки: були перейменовані дві рубрики без зміни їх змістовного наповнення. Більш рання назва рубрики «Наука і техніка» тепер називається «Світ науки», більш рання назва «Планета Земля» перетворилася в назву «Земля і Всесвіт», з'явилося багато нових підрубрик та матеріалів, які стосуються ні однієї, а декількох наук. Наведемо приклад однієї з публікацій, яка має міждисциплінарний характер (Тетяна Заполочна

«Незвичайна подорож Королеви ягід, або Суперечка у родині розових» (Колосок, 2021, №7), рубрика «Жива природа», підрубрика «Наукові казки»), тут репрезентуються знання з біології, історії, літератури, хімії, медицини, географії, історії мистецтв, і все це дозволяє форма казки, яку використав автор.

Зменшилась кількість публікацій літературних текстів, збільшилась кількість вікторин, тестів, кросвордів. У журналі з 2019 року використовуються QR-коди, які розширюють дискурс журналу, оскільки відсилають до словників, сайтів, відео на YouTube-каналі. Все це говорить про сучасність та популярність цього видання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов). Иркутск : Изд-во Иркутского университета, 1985. 96 с.
2. Акопов А. И. Некоторые вопросы журналистики : История, теория, практика. Ростов-на-Дону : Молодая гвардия, 2002. 367 с.
3. Акопов А. И. Периодические издания. Учебно-методическое пособие для студентов-журналистов. Ростов-на-Дону : Издательство ООО МП «Книга», 1999. 43 с.
4. Бондаренко Т. О. Популяризація науки у вітчизняному медіапросторі. *Держава та регіони. Серія: «Соціальні комунікації»*. 2012. №1. URL : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_sk/2012_1/les/SC112_06.pdf.
5. Вартанов Г., Шкляр В. Основи теорії журналістики : Конспект лекцій. Київ : МІЛП, 1996. 56 с.
6. Видання Національного газетно-журнального видавництва «Культура». URL : <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/259323;jsessionid=95545B4BA3F920D771F1AC2CE8EB820E>.
7. Гаташ В. І кому він потрібен, цей наук-поп? *Дзеркало тижня*. 2011. 8 червня. URL : http://gazeta.dt.ua/SCIENCE/i_komu_vin_potriben,_tsey_nauk-pop.html.
8. Гребенюк А. В. До типології журнальних видань. *Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник* / за ред. В. В. Різуна; КНУ імені Тараса Шевченка. Київ, 2011. Т. 42. Січень–березень. С. 163-166.
9. Григораш Д. С. Журналістика у термінах і виразах. Львів : Вища школа, 1974. 294 с.

10. Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра: Учеб. пособ. для вузов. Москва : Аспект Пресс, 2004. 209 с.
11. Давидченко Т. С. Структурно-функціональні особливості преси для дітей періоду незалежності України: автореф. дис... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.01. Київ : Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2008. 16 с.
12. Давидченко Т. С. Сучасна преса для дітей в Україні: переваги та недоліки. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2008. Вип. 16. С. 123–134.
13. Давидченко Т. Типологічна класифікація дитячих періодичних видань в Україні. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2316>
14. Давидченко Т. С. Типологічне обличчя дитячих газет та журналів (1775 – 1991 рр.). *Творчі та організаційні особливості функціонування сучасного медійного простору: збірник наукових праць*. Національний університет «Києво-Могилянська академія», Галицький інститут імені В'ячеслава Чорновола. Тернопіль-Львів : ЛА «Піраміда», 2008. Том 2. С. 174–179.
15. Давидченко Т. С. Типологія видань української дитячої преси. Історико-типологічний аналіз (на прикладі журналу «Барвінок»). *Актуальні питання масової комунікації*. 2004. Випуск 5. С. 29–33.
16. Давидченко Т. С. Типоформуючі ознаки сучасних українських журналів і газет для дітей. *Вісник Луганського національного педагогічного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки*. 2008. Частина II. №3 (142). С. 16–25.
17. Давидченко Т. С. Формування понять: «тип», «типологія» в теорії та практиці журналістики, їх сутність та визначення. *Інформаційне суспільство*. 2006. Випуск 4. С. 49–51.

18. Державний реєстр друкованих засобів масової інформації та інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності. URL : <http://dzmi.informjust.ua/>
19. Дзюбенко Г. Сучасна журнальна періодика: загальна характеристика, типологія, основні функції та принципи. *Наукові записки Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка*. 2005. № 3. С. 24–31.
20. Добривечір В. О. Науково-популярні журнали в Україні : аналіз концепцій. URL : http://www-philology.univer.kharkov.ua/nauka/e_books/visnyk_1027/content/
21. Журналістика: словник-довідник / автор-укладач І. Л. Михайлин. Київ : Академвидав, 2013. 320 с.
22. Задорожна О. С. Популяризація наукових знань в контексті розвитку науково-популярної періодики. *Актуальні питання масової комунікації : наук. журн.* / голов. ред. В. В. Різун ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. Київ, 2013. Випуск 14. С. 51–55.
23. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» від 16.11.92 № 2782-XI. URL : http://www.uazakon.com/documents/date_6g/pg_gcwtom.htm
24. Здоровега В. Мистецтво публіциста: Літературно-критичний нарис / В. Й. Здоровега. Київ : Радянський письменник, 1966. 174 с.
25. Здоровега В. Й. Пошуки істини, утвердження переконань. Деякі гносеологічні та психологічні проблеми публіцистики. Львів : Вища школа, 1975. 175 с.
26. Здоровега В. Природа і специфіка образу в журналістиці. *Вісник Львівського ун-ту. Серія журналістика*. Вип. 26. URL : www.franko.lviv.ua/faculty/jur/publications/visnyk26/Statti_Zdorovega.htm.
27. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.

28. Кіт Н. Створення психологічного портрета читача як визначальний етап розробки концепції нового журналу для дітей. *Зб. пр. періодики*. Львів, 2003. Вип. 11. С. 563–572.
29. Кіт Н. О. Український журнал для дошкільника: психологічні підстави та основні принципи розробки концепції видання. *Стиль і текст* / за ред. В. Різуна. Київ, 2002. Вип. 3. С. 218–227.
30. Книгознавство. Термінологічний словник (редакційно-видавнича справа, журналістика, поліграфія, видавничий бізнес, інформаційно-бібліотечна діяльність) : навчальне видання / за загал. ред. В.О. Жадька. Київ : ВПК «Експрес-Поліграф», 2012. 304 с.
31. Ковтун Т. В. Щоб і науково, і популярно. *Культура мови на щодень*. URL : <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine36-19.pdf>.
32. Колосок. URL : <http://kolosok.org.ua/vseukrajinskyj-pryrodnychuj-naukovo-populyarnyj-zhurnal/>
33. Коновець О. Сучасна періодика в системі наукової комунікації. *Вісник Київського національного ун-ту ім. Т. Шевченка; Сер. : Журналістика*. 2008. Вип. 16. С. 9–15.
34. Коновець О. Ф. Наукова періодична преса в Україні: історичні традиції і сучасні проблеми. *Вісник журналістики*. Київ : РВЦ «Київський університет», 1998. Вип. 6. С. 59–62.
35. Колоев А. С. Научно-просветительские издания как типологическая ниша. URL : <http://mediascope.ru/node/1089>.
36. Корконосенко С. Основы журналистики. Москва : Аспект Пресс, 2001. 287 с.
37. Кузнецова О. Д. Засоби масової комунікації : посібник. Львів : ПАІС, 2005. 200 с.
38. Лазаревич Е. А. Популяризация науки в России. Москва : Изд-во МГУ, 1981. 244 с.

39. Михайлин І. Основи журналістики: Підручник. 3-є вид., доп. і поліпш. Київ : ЦУЛ, 2002. 284 с.
40. Моисеев В. Журналистика и журналисты. Київ : Декор, 2002. 400 с.
41. Москаленко А. З. Основи журналістики: Навч. посібник. Київ : Київський університет, 1994. 342 с.
42. Москаленко А. Теорія журналістики. Навчальний посібник. Київ : Експрес-об'ява, 2002. 336 с.
43. Наукова електронна бібліотека періодичних видань НАН України. URL : <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/12687>.
44. Наукова комунікація у мас-медіа : практикум / уклад. : А. А. Бойко, Н. В. Зелінська, О. Ф. Коновець. Львів : Українська академія друкарства, 2009. 124 с.
45. Научно-популярные издания. URL : <http://presspoint.ua/katalog/nauchnyieizdaniya/106/1/32>.
46. Недопитанський М. І. Сучасна українська періодика: типологічний аспект. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1553>
47. Огар Е. Дитяча книга: проблеми видавничої підготовки. Львів : Аз-Арт, 2002. 160 с.
48. Огар Е. Сучасна науково-популярна література: зникнення чи трансформація виду. *Реалії та перспективи українського книжкового ринку (Про інформаційний маркетинг. І не лише про нього...)* : зб. ст. і матер. круглого столу «Розвиток інформаційного маркетингу на книжковому ринку України» / упоряд. Є. І. Огар. Львів : Аз-Арт, 1997. С. 80–99.
49. Огар Е. Сучасні пізнавальні видання для дітей : поле для наукових роздумів. *Зб. пр. наук.-дослід. центру періодики*. Львів, 2003. Вип. 11. С. 556-571.

50. Огар Е. І. Українське книго- та пресовидання для дітей (спроба загального огляду). *Збірник праць науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2002. Вип. 10. С. 260–277.
51. Прилюк Д. М. Теорія і практика журналістської творчості: проблеми майстерності. Київ : Наукова думка, 1983. 280 с.
52. Прокопчук О. Сучасна періодика для дітей: яка вона? URL : <http://h.ua/story/19451>
53. Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В. Іванова. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2007. 780 с.
54. Романчук О. Науково-популярна література в Україні: втрат більше, ніж здобутків. URL : http://www.universum.lviv.ua/archive/journal/2007/nproplit_7.html.
55. Романчук О. Роль науково-популярної літератури у пропаганді знань. *Вісник Львівського ун-ту. Сер: Журналістика*. Львів, 2011. Вип. 34. С. 188–194.
56. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / За заг. ред. Ю. М. Бідзілі. Ужгород : ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. 224 с.
57. Сокірян А. Сучасний дитячий журнал: загальна характеристика. *Друкарство*. 2006. № 1. С. 25–28.
58. Соловійов С. Г. Типологічні особливості реклами науково-технічних розробок у сучасній періодичній пресі. *Наукові записки Інституту журналістики*; Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. Київ, 2004. Т. 15. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1235>.
59. Стаднійчук Р. Сучасна українська періодика для дітей : хто є хто. *Слово і Час*. 1999. № 2. С. 69–72.

60. Стадницька Ю. В. Дитяча публіцистика як об'єкт дослідження. *Вісник Сумського державного університету. Серія Філологічні науки*. 2006. №3 (87). С. 20–24.
61. Стадницька Ю.В. Особливості викладу інформації в пізнавальних текстах для дітей (психологічні та когнітивні аспекти). *Стиль і текст*. 2006. № 7. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1959>
62. Теремко В. Видавництво XXI. Виклики і стратегії. Київ : Академвидав, 2012. 328 с.
63. Тріщук О. В. Науково-інформаційний дискурс як соціокомунікативне явище : [монографія]. Київ : НТУУ «КПІ», 2009. 392 с.
64. Філіппова О. Як наші діти пізнають світ. Дорослі проблеми дитячої періодики. *Книжковий огляд*. 2002. № 9. С. 72–74.
65. Філоненко Д. Географічні видання в системі науково-популярної періодики України. *Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник* / за ред. В. В. Різуна. Київ, 2015. Т. 58. С. 53–58.
66. Філоненко Д. В. Науково-популярна періодика в Україні: традиції та інновації : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04. Київ : Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2015. 15 с.
67. Філоненко Д. Фотоілюстративні матеріали в науково-популярній періодиці. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2014. Випуск 39. С. 342–348.
68. Фінклер Ю. Сучасні друковані мас-медіа України : до проблеми визначення типологічних характеристик. *Друкарство*. 2001. № 1. С. 89.
69. Цуканова Г. О. Вплив засобів зображальної журналістики (фотографії та інфографіки) на сприйняття текстової інформації : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.06. Київ : Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2012. 16 с.

70. Шевченко В. Е. Роль візуального стилю журналу для ідентифікації видання. *Українська академія друкарства. Наукові записки. Серія «Соціальні комунікації»*. 2015. Вип. №2 (51). С. 139–147.

71. Шевченко В. Е. Текст та зображення: види, функції, оформлення: монографія. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2010. 223 с.

72. Шевченко В. Е. Типологія сучасних журналів – засіб вивчення світогляду суспільства. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1990>

73. Шевченко В. Е. Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія. Київ : Видавець Паливода А. В., 2013. 340 с.

74. Яцків Т. М. Наукова періодика в Україні : перспективи і проблеми розповсюдження. URL : <http://www1.nas.gov.ua/publications/books/serii/academy/1102010>