

currently stay on the periphery of the research interest even comparing to other types of the tecehnotronic documents — pictorial, audiovisual, electronic information sources, different types of the technical documentation. Phonodocumental communication has features of the complicated open area. According to the author's idea disconnected elements from the radio sector, that were organically collected together and integrated to the balanced phonodocumental communication system.

The essence and the purpose of such types of the phonoduments are clarified, also the main regularities of the formation and principles of the classification were formulated. Moreover, based on the fact that radioarchives and some other cultural institutions perform functional of the music information complex repository, this article tells about music sources preservation technologies not only in the radio copmanies archives but in libraries, museums, etc. The expansion of the research field at the expense of the advanced systematization of advantages and disadvantages of the archival radiophonogram consumer format revision was begun. The research approach that was the basis for publication helps to overcome some differences including modern science and educational literature.

Keywords: Archive, Audiodocuments, Music, Radio, Service, Phonogram.

УДК 070:002.2](477)

Емілія Огар

УКРАЇНСЬКА КНИЖКОВА ЖУРНАЛІСТИКА:
ІНСТИТУЦІЙНІ ПЕРЕДУМОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ

DOI

Проаналізовано чинники, що є визначальними для формування в українському медійному просторі журналістського дискурсу про події й факти літературно-видавничого життя: кількісні та якісні характеристики сформованої інфраструктури з профільних й непрофільних ЗМІ (мережевих ресурсів, радіо й телевізійних ЗМІ, блогів) та задіяний в них кадровий потенціал. Для узагальненого означення цього різновиду культурної журналістики запропоно-

вано терміноваріант «книжкова журналістика» й обґрунтовано валідність використання похідних від нього термінів «книжкові масмедіа», «книжковий журналіст».

Ключові слова: *книжкова журналістика, книжкові масмедіа, книжкова проблематика, літературна критика, книжковий журналіст.*

Постановка проблеми. Зміна вектора розвитку державної «післямайданної» культурної політики, створення низки важливих інституцій (2016 р. — Український інститут книги, 2017 р. — Український культурний фонд, 2018 р. — Український інститут), посилення ролі недержавного сектору, або культурних активістів, а також серйозна фінансова та організаційна підтримка міжнародних фондів¹ — усі ці чинники, спрямовані на перезавантаження та активізацію культурного і мистецького життя українського суспільства, примусили масмедійників звернути увагу й на культурну журналістику — «пасербицю» української журналістики, традиційно «затінену» іншими, потужнішими й розвиненішими, журналістськими практиками — новинною, політичною, економічною тощо.

У медійному середовищі було зініційовано низку активностей, спрямованих на опанування практичних навичок культурної журналістики. Так, наприкінці 2016 р. «Українською правдою» було організовано серію лекцій «Суботній інтенсив з культурної журналістики», де йшлося і про літературу. Того ж року в рамках культурно-освітнього проекту Cultprostir.Hub (спільна ініціатива мережевого масмедіа «Cultprostir.ua», Музею історії Києва та громадської організації «Культурна асамблея») заснована Школа арт-журналістики «ПравоПис» провела перші воркшопи, спрямовані на опанування мистецтва найбільш поширеного в культурній журналістиці жанру — жанру рецензії, зокрема книжкової.

¹ Йдеться про великі партнерські проекти в межах співпраці «ЄС — Східне партнерство», зокрема про програму «Культура для Східного Партнерства ЄС» (2010—2018), що на другому етапі (2015—2018) називалась «Культура і Креативність», програму розвитку українського культурного сектору Culture Bridges (2017—2020), здійснювану за підтримки Британської Ради в Україні в партнерстві з Мережею національних інститутів культури Європейського Союзу (EUNIC). Їхня мета полягала в налагодженні ефективних зв'язків між митцями, культурними операторами та інституціями в Україні і ЄС, між країнами пострадянського простору [1].

На медіакритичних публікаційних платформах («Media Sapiens», Інституту масової інформації та ін.) почастишали випадки публічного обговорення феномену української культурної журналістики, рівня розвитку її окремих сегментів, присвячених різним культурним і мистецьким практикам та об'єктам. Пожвавішало обговорення медійниками й феномену книжкової журналістики — дискурсивної практики, що презентує сучасний літературно-видавничий процес крізь призму експертної оцінки і яку в українських масмедіа прийнято називати критикою/літературною критикою.

Проте сучасне українське журналістикознавство, загалом не багате на дослідження феномену культурної журналістики, на ці зміни майже не прореагувало. Тож, ініціюючи дослідження теоретичних і практичних аспектів сучасної української книжкової журналістики, ми вводимо цю проблематику до *agenda* українського наукового дискурсу. При цьому ми виходимо з усвідомлення її особливої соціальної місії: привертати увагу суспільства до книжкової культури й культури читання — індикаторів культурного «здоров'я» сучасного суспільства. Цим зумовлюється актуальність теми пропонуваної нами статті.

Аналіз останніх досліджень доводить доцільність нашої розвідки, адже, як зазначалося, дотепер обраний нами об'єкт в українській теорії журналістики практично не вивчався. Ліченими є статті, присвячені тим чи іншим аспектам культурної журналістики, зокрема жанрово-тематичній характеристиці артжурналістських матеріалів, розміщених на платформі «Телекритики» (К. Пирогова); особливостям висвітлення в українських друкованих ЗМІ загальнокультурної проблематики (О. Гарматій, С. Кісіль), ефективності інформаційного забезпечення культури та наповнення медіапростору якісними смислами (Т. Хоменко).

Чисельнішою є група джерел, в яких спеціалізовані на книжковій тематиці масмедіа, а також масмедіа з відповідними тематичними рубриками досліджуються у контексті теорії і практики видавничої справи, а саме: як інструмент популяризації книговидавання (А. Бессараб), як різновид фахової періодики (Л. Дмитрів, М. Макуха), та — головно — як інструмент видавничої і книготоргівельної промоції (Т. Булах, Г. Грет, Н. Зелінська, Г. Ключковська, О. Скібан та ін.). З тієї ж таки маркетингово-промоційної

перспективи вивчаються можливості сучасних альтернативних медійних практик, зокрема книжкового блогінгу (Т. Булах, С. Водолазька, К. Єжижанська та ін.).

Основною ж на сьогодні платформою, на якій час од часу (і, на жаль, без належного резонансу) обговорюється феномен книжкової і — ширше — культурної журналістики, залишаються самі масмедіа («Media Sapiens», «Українська правда», «Culturprostir.ua», «Kogydor. Журнал про сучасну культуру», «ШО» та ін.), а учасниками обговорення виступають літературні/книжкові критики й культурні журналісти (К. Ботанова, Ю. Добуш, І. Панасов, Ю. Рибачук, Є. Стасіневич та ін.).

Спільним для цієї публічної «критики критики»¹ — культурної загалом й літературної/книжкової зокрема — є визнання її незадовільного стану, інституціональної «аморфності», що, на думку експертів, походить від низької популярності проблематики в суспільстві та серед медійників. «У вітчизняній журналістиці культурна тематика традиційно відсунута на узбіччя — остання шпальта в газеті, останній сюжет у новинах, саме ця рубрика стає відправною точкою для практикантів та новачків, які потім планують зайнятися “серйозною журналістикою”» [7].

Проблемою визнається також спотворене трактування з боку суспільства і з боку масмедіа самої культури як об’єкта журналістських рефлексій: «Світська хроніка і “зіркове життя” стали кармою культурної журналістики... Культурне життя взагалі почало асоціюватися з гламуром і скандалами. І це породжує ставлення, що “культурка” — галузь несерйозна і про неї може писати будь-хто. Через такий підхід у середовищі журналістів, які пишуть про культуру, з’явилося дуже багато, м’яко кажучи, необізнаних людей. Тут виникає проблема “якості кадрів” і очевидне питання, хто має контролювати цю якість і яким чином» [8].

Книжковій журналістиці дорікають за замовний характер матеріалів, відсутність через «цехову солідарність» справжньої критики [6], неготовність/невміння журналістів змістовно й водночас

¹ Дет. про дискусію «Літературна критика сьогодні й (може) завтра: гравці, жанри, проблеми», що відбулася 2016 р. на Книжковому Арсеналі в рамках проєкту Є. Стасіневича «Критикуючи критику», *див.* [10].

просто комунікувати з різними аудиторіями, легко писати на теми, що лише на позір видаються легкими [13].

Мета статті полягала в аналізі ефективності інституціональних передумов функціонування української книжкової журналістики, що визначають її формат і впливають на формування відповідного журналістського дискурсу, а також в окресленні можливих перспектив його подальшого розвитку.

Для реалізації дослідницьких завдань, зумовлених метою статті, було задіяно низку універсальних методів наукового пізнання, зокрема спостереження, аналітико-синтетичне опрацювання інформації, узагальнення. З метою обґрунтувати валідність терміноформи «книжковий» для узагальненого означення масмедіа відповідної тематики, представленої ними журналістської практики та її творців, ми вдалися до методів класифікації й типологізації. Для вивчення особливостей дискурсу використовувалися контент-аналіз та функціональний аналіз.

Виклад основного матеріалу дослідження. Робочою в нашому дослідженні є теза про те, що книжкова журналістика в Україні де-факто існує. Для цього наявні усі формальні чинники, а саме: сформована інфраструктура із спеціалізованих на тематиці масмедіа та масмедіа з відповідними рубриками; авторський/журналістський «пул» з виробленою традицією писання з її усталеними жанровими й риторичними «фреймами» дискурсу й, звісно, аудиторія, яка споживає відповідний контент. Ба більше — в української книжкової журналістики є своя тривала історія [див. дет. 12].

Під профільними масмедіа розуміємо суб'єкти медіавиробництва (телерадіо, друковані та/чи мережеві), що спеціалізуються на генеруванні та поширенні контенту відповідної тематики (у нашому випадку — книжкової), адресованого переважно широкій аудиторії.

Для їхньої об'єднаної ідентифікації за тематичною ознакою ми пропонуємо уживати терміноформу «книжкові», зважаючи на те, що, попри певні відмінності «в оптиці та об'єктних ділянках, ці медіа генерують схожий тематичний контент, “скроєний” з текстів як про літературні твори, книжкові видання, події й факти літературно-видавничого процесу, так і про навкололітературний й навколочкнижковий — культурний бекграунд» [11]. При цьому ми

виходимо із властивого сучасній соціокомунікативістиці трактування концепту «книга» — і як форми професійної комунікації (коли вивчаються взаємозв'язки між складовими книги як системи, а також між книгою і книжковою справою), і як форми соціальної комунікації (коли осмислюються відносини між книгою і суспільством, між книгою та літературою, мистецтвом, культурою тощо).

Вважаємо, що пропонуване означення точно орієнтуватиме аудиторію щодо тематики масмедійного контенту. Воно є семантично місткішим, ніж, скажімо, часто використовуване «літературні», бо охоплює й літературні, й дизайнерські, й мистецькі, й виробничі, й економічні аспекти буття опублікованого тексту в соціумі. До того ж «літературними» називають також «літературно-художні» медіа (журнали), функція яких полягає в презентації насамперед самого літературного матеріалу (творів художньої літератури та публіцистики), а медіа (ті ж таки журнали), в яких вони стають об'єктом аналізу/рефлексій, прийнято називати літературознавчими. Останні ж, як відомо, належать до наукових (галузевих) медіа.

Обговорюваний терміноваріант дає змогу уникнути ще однієї семантичної колізії, що виникає при використанні терміна «літературна журналістика». У сучасних європейських Journalism Studies, а віднедавна й в українському журналістикознавстві (Б. Потятиник, М. Титаренко, Л. Шутяк) його прийнято використовувати на позначення не тематичного напрямку в журналістиці, а способу писання. «Літературна журналістика є доволі часто обговорюваним терміном, сутнісні характеристики якого постійно дискутуються. Поширена низка альтернативних концептів: “новий журналізм”, “літературний нон-фікшн”, “креативний нон-фікшн”, “література факту”, “лірика в прозі”, “гонзо журналізм” і зовсім недавні — “журналізм великих форм”, “повільний журналізм” і “мультиплатформний імерсивний журналізм» [14].

Сьогодні в українському медійному просторі на публікаціях книжкової тематики спеціалізується низка мережевих ресурсів: «ЛітАкцент», «Буквоїд», «Читомо», «БараБука. Простір української дитячої книги» та ін., що наприкінці 2009 — на початку 2010-х рр. прийшли на зміну друкованій пресі й, фактично, перевели цей дискурс у цифровий формат. Що оглядачі, що самі ресурси доволі по-різному визначають свою медійну природу: сайт, тематичний сайт,

вебпортал, онлайн-ресурс, медіа тощо. Як «книжкові портали» позиціонують себе «ЛітАкцент» та «Буквоїд», «БараБука» називає себе інформаційним ресурсом і порталом, «Букмоль» — вузько-профільним інтернет-журналом, а «Читомо» — просто медіа. На нашу ж думку, усіх їх можна вважати повноцінними спеціалізованими/профільними інтернет-ЗМІ [див. дет. 11].

Участь у творенні журналістського дискурсу довкола феномену книжкової культури беруть також спеціалізовані радіо- й телевізійні ЗМІ. Передовсім це загальнонаціональний канал «Українське радіо: Культура», на якому виходять кілька проєктів літературної («Кружляння слів», «Гранослов», «Прем'єра книги») та книжкової («Книжковий топ 7», «Без письменника», «Аудіокнижка», «Книжковий лабіринт») тематики; також телеканал «UA: Суспільне» з телепрограмами «Букоголіки» (вона постала з «Книги. UA», продукту тодішнього «UA:Першого») та «БібліоФан» (віднедавня програми об'єднали).

Саме на профільні ЗМІ припадає найбільша частка виробленого українськими масмедіа контенту книжкової тематики. Проте книжково-літературні рубрики існують і на платформах загальнокультурного спрямування (таких як «Culturprostir.ua», «ШО. Смотри. Слушать. Читать»), а також в окремих суспільно-політичних масмедіа. Так, матеріали відповідної тематики перманентно публікуються в «культурних» рубриках/числах загальноукраїнських ЗМІ (зокрема в «Українській правді. Культура», «Дзеркалі тижня», «Дні», «Громадському: Культура», «Лівому березі» або LB.ua, на «Новому радіо», радіо «Сковорода» та ін.), регіональних суспільно-політичних масмедіа (наприклад, на «Zaxid.net» є рубрика «Культура»). Рекомендаційні огляди на кшталт «25 книг, які за життя повинен прочитати кожний», короткі анотації книжок вміщують навіть у глянцевих журналах, що презентують lifestyle журналістику («Cosmopolitan», «Наталі»).

Однак розміщення контенту книжкової тематики в українських непрофільних масмедіа — це радше виняток, ніж правило, і потрібний він їм здебільшого для підтримки іміджу, репутації соціально відповідального медійного бізнесу. Культурний журналіст Є. Стасіневич слушно вважає, що «не можна виїжджати тільки на іміджеві, тоді ця сфера сприймається уполісвіджено і “за дефол-

том”, мовляв, маємо змиритися з тим, що будуть малі перегляди й на цьому неможливо заробляти... У нас це все спорадично. Великі ресурси досі погоджуються максимум на кінокритику, бо в кіно люди ходять, а от із книжками все не так очевидно — тому в великих ЗМІ цього може не бути взагалі або бути абсолютно несистемно. Буквально за одним-двома винятками» [13].

Про необхідність утвердження культурної проблематики в непрофільних масмедіа і навіть проникнення її в політичний та економічний проблематичні сегменти пише відома британська культурна журналістка Майя Джаггі в курсі з культурної журналістики, адресованому українським масмедійникам: «Деякі люди, і серед них багато власне митців, охочіше підкреслюють внутрішню цінність мистецтва, а не його економічну чи соціальну користь. Проте економічні аргументи можуть стати в нагоді для обґрунтування під час отримання корисних для мистецтва суспільних ресурсів чи розробки політики, а також для висвітлення питань мистецтва в засобах масової інформації, що, зі свого боку, може вплинути на політиків і розширити зацікавлену в ньому аудиторію. Свідченням визнання цієї економічної цінності почасти служить вихід культурних тем у засобах масової інформації за межі колонок мистецтва та літератури чи культури і проникнення до розділів новин, бізнесу, коментарів і думок, подорожей з культурною метою і стилу життя» [5].

Віднедавна до публічного дискурсу на книжкові теми приєднався ще один учасник: книжковий блогер та влогер. Найчисельнішою є група авторських блогів, що ведуть зацікавлені читачі та шанувальники літератури. Однак фактично до авторської книжкової журналістики ближче блогерство від імені професійних експертів (наприклад блоги Марії Бліндюк, авторки Telegram-каналу Negdgasm, Світлани Павелецької, співзасновниці видавництва #книголав, Ольги Пахолок, авторки Telegram-каналу BookBug, та ін.). Подібні до масмедійних функції виконує й корпоративний блогінг від імені видавництв та інтернет-магазинів (наприклад Yakaboo.ua).

При цьому медійники вважають, що блогерство як новітній тип соціальної комунікації має низку переваг перед традиційною журналістикою: «Блог дозволяє будь-кому спробувати свої сили у

якості вільного автора. Такі можливості дає Інтернет, який значно знизив поріг входження на ринок авторської журналістики. Схема “блог+обговорення блогу в соціальних мережах” виявилася надзвичайно ефективною для змістовної комунікації на сучасному етапі... в ідеалі ми маємо принципову різну ситуацію журналіста традиційного видання (телеканалу) і блогера. Якщо перший це професіонал, що служить корпорації і не може змістовно ризикувати на власний розсуд, обираючи теми, стиль, спосіб подачі та реклами, то другий це приватний підприємець з індивідуальною свободою, принаймні на початку, і рефлексивно виборюваною свободою, коли він стає знаним та популярним» [4].

Так склалося, що сучасна українська книжкова журналістика творилася й досі твориться переважно філологами/літературознавцями (книго- та медіазнавці, як, скажімо, кураторки й журналістки «Читомо» Оксана Пахльовська та Ірина Батуревич у меншості). Мабуть, через це у нас авторів контенту літературної та книжкової проблематики не прийнято називати журналістами. Вони і самі представляються критиками, літературними критиками, літературознавцями, літературними експертами (часто через кому усіма професійними означеннями з цього переліку) і зрідка — книжковими критиками та журналістами. Часом видається, що справа не лише у професійних навичках і що у такий спосіб фактичні журналісти акцентують вищий рівень їхньої експертної оцінки чи критичної рефлексії і навпаки — свідомо чи підсвідомо — намагаються дистанціюватися від журналістики.

Своєю чергою, блогери намагаються дистанціюватися і від критики, і від журналістики: «Звісно, хочеться, коли ти пишеш в Instagram, вважати себе літературною критикинею або журналісткою. Але мені здається, що різниця в тому, що все ж блогерка пише про те, що цікаво. І редакційний план чи політика видання мені до одного місця. Я обмежена тільки власною мораллю, смаком і правилами соцмережі. Критикам усе ж доводиться читати багато різноманітного непотребу... От різниця в цій дисципліні» [2].

Такий різнобій у професійній самоідентифікації творців журналістського дискурсу про книжкову культуру призводить до жанрової й функціональної строкатості матеріалів, з яких він формується. На сьогодні його формат доволі розмитий: це такий собі мікс

з літературно-критичних рецензій (рідше — книжкових), відгуків, оглядів, замовних (часто замаскованих під критику) статей рекламно-промоційного, навігаційного характеру, піарних інтерв'ю. На жаль, часто книжкова рецензія або відгук просто підмінюється «копіпастом» прикнижкової анотації.

Інституалізація професії культурного і, зокрема, книжкового журналіста дає змогу чітко окреслити формат, в якому він, з урахуванням апробованих у світовій практиці професійних й етичних орієнтирів, може працювати. У «культурно міцних» суспільствах, із сильними традиціями в царині Cultural Journalism (скажімо, як у скандинавських країнах) культурні журналісти виступають культуртрегерами, лобістами культурних практик у суспільстві, їхня діяльність високо цінується, а тому є привабливою не лише з творчого, а й з фінансового боку. Їх вважають «посередниками між виробниками культурного продукту та його споживачами. Такі журналісти... зазвичай поділяють пристрасть до мистецтва і культури та займаються покращенням суспільної оцінки таких явищ» [9]. «Культурний журналіст» апіорі має бути культурним. І це не гра слів.

У нашому розумінні еталонний книжковий журналіст — це одночасно носій експертних (фахових) знань у галузі літератури, книжкової справи, медіа й культурно заангажована особистість, із розвиненим читацьким смаком. Успішність в книжковій журналістиці (як, зрештою, й в інших сегментах культурної журналістики) безпосередньо залежить і від риторичної вправності «перекладати» зі спеціальної мови мовою, зрозумілою аудиторії «непосвячених», від уміння віднайти у своїй творчості розумний баланс між соціальною і комерційною складовими. Не менш важливе в цій професії здатність стабільно працювати — вміння, що відрізняє професійну журналістику від аматорства. Тоді можливі щотижневі тематичні огляди, інтерв'ю, ток-шоу, здатні привчити аудиторію споживати культурний контент регулярно. І той-таки європейський досвід показує, що змальована модель не є утопічною.

Натомість в українській книжковій журналістиці, як і в культурній загалом, поки що: «Повітря розріджене, немає великої кількості зірок, медійний простір не насичено якісними матеріалами. Тому в найближчі роки не варто чекати якоїсь серйозної конкурен-

ції» [3]. Журналістів, які працюють не вряди-годи, а за справжнім професійним сценарієм: ведуть авторські передачі, колонки, рубрики, блоги, регулярно і стабільно публікуються або виходять в ефір, вкладаючись у властивий для ЗМІ формат періодичності, небагато. Українську якісну книжкову журналістику творять досвідчені й харизматичні, зі «своїми» аудиторіями прихильників Марія Бліндюк, Юрій Володарський, Леся Воронина, Олена Гусейнова, Костянтин Родик, Ростислав Семків, Євген Стасіневич, Ганна Улюра, Марина Фіалко.

Висновки. Як показує аналіз, необхідний для функціонування книжкової журналістики інституційний ресурс в українському медійному просторі існує: це масмедіа, насамперед спеціалізовані, а також журналістський пул — нехай нечисельний, проте здатний продемонструвати якісну журналістську творчість.

Перспективи розвитку книжкової журналістики прямо залежать від усвідомлення суспільством місії культурної журналістики загалом: «Тільки в культурній сфері існують люди, здатні посправжньому надихнути націю. А натхненна нація — то сильна нація. Якщо не буде авторитетних і престижних медіа, які цих героїв створюватимуть і підтягуватимуть, то нічого й не зміниться. І бійка у Верховній Раді залишатиметься єдиною подією для широкої української аудиторії. Існування культурних медіа — це справа всього суспільства. А не локальна робота вузького кола журналістів» [3].

Формування попиту на культурний контент спонукатиме масмедійників розвивати цей напрям, розглядаючи його, зокрема, і як комерцію, а виші зможуть започатковувати відповідні освітні програми. Важливо також, щоб книжкова тематика активно поширювалася в непрофільних медіа, а кількість готових і здатних його продукувати ЗМІ зростала. Тоді у неї значно більше шансів дійти до широкої аудиторії, що вкрай важливо для популяризації книжкової культури і культури читання. «Розгерметизація» дискурсу про літературу і книжки сприятиме виробленню його «попформату», напрацюванню відповідного креативного досвіду.

1. *Бетанова К.* Культурна політика останньої декади: як жити з постійно відкритим вікном можливостей // LB.ua. URL: https://ukr.lb.ua/culture/2019/12/23/445542_kulturna_politika_ostanno.html.
2. Блог з вами. Дискусія про книжковий блогинг // Читомо. URL: <http://www.chytomo.com/bloh-iz-vamy-dyskusiia-pro-knyzhkovyj-blohinh>.
3. *Вишнецька А.* Шеф-редактор Cultprostir.ua Ігор Панасов: «Зі словом “культура” приблизно така ситуація, як зі словом “комунізм”» // Media Sapiens. URL: <https://ms.detector.media/maister-klas/post/17271/2016-08-20-shef-redaktor-cultprostirua-igor-panasov-zi-slovom-kultura-priblizno-taka-situatsiya-yak-zi-slovom-komunizm>.
4. *Дацюк С.* Сучасні блоги та блогери // Українська правда. URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/58d0f539e0fdb>.
5. *Джаггі М.* Що таке культурна журналістика: лекція перша // Культура і креативність. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/cultural-journalism-course/lecture-13-1>.
6. *Добуш Ю.* Цехова солідарність, або як умирає українська культурна журналістика // ЛітАкцент. URL: <http://litakcent.com/2019/10/30/tsehova-solidarnist-abo-yak-umiraye-ukrayinska-kulturna-zhurnalistika>.
7. *Дорош М.* Культурна журналістика. Як вбудуватися у формат // Media Sapiens. URL: <https://ms.detector.media/presa-v-ukraini/post/2115/2013-12-16-kulturna-zhurnalistika-yak-vbuduvatisya-u-format>.
8. *Коркодим О.* Юрій Рибачук: Світська хроніка і «зіркове життя» стали кармою культурної журналістики // Детектор медіа. URL: <https://detector.media/community/article/69165/2012-05-04-yurii-ribachuk-svitska-khronika-i-zirkove-zhittya-stali-karmoyu-kulturnoi-zhurnalistiki>.
9. *Марковська М.* Культурна журналістика: чи потрібні особливі риси та вміння? // European Journalism Observatory. URL: <https://ua.ejo-online.eu/4318/mediadoslidzhennia/kulturna-yhurnalistyka>.
10. *Мочарник І.* Літературна критика, або Як тримати в тонусі українську книжку // Читомо. URL: <http://archive.chytomo.com/news/literaturna-kritika-abo-yak-trimati-v-tonusi-ukraiinsku-knizhku>.
11. *Огар Е.* Книжкові інтернет-медіа у контексті культурної журналістики // Держава і регіони. 2020. № 2(42). С. 56—61. URL: http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/issue/view/73.
12. *Огар Е.* Книжкові часописи часів незалежності в контексті формування критичного дискурсу // Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. Львів, 2018. Вип. 8(26). С. 210—219.
13. *Хемій М.* Євген Стасіневич: Ринок пожвавився, а критика — ні: блог // Yakaboo. 2020. 1 січ. URL: <https://blog.yakaboo.ua/stasinevych-inter-view>.

14. Keeble R. L. Literary Journalism. URL: Journalism Studies. 2018. Jul.

References

1. Botanova, K. Kulturna polityka ostannoï dekadyy: yak zhyty z postiino vidkrytym viknom mozhlyvostei [The cultural policy of the last decade: how to live with a permanent open window of opportunities], *LB.ua*, Retrieved from https://ukr.lb.ua/culture/2019/12/23/445542_kulturna_politika_ostannoï.html. (in Ukr.).
2. Bloh z vamy. Dyskusiia pro knyzhkovyi blohing [The blog with you. The discussion about book blogging], *Chytomo*, Retrieved from <http://www.chytomo.com/bloh-iz-vamy-dyskusiia-pro-knyzhkovyj-blohin>. (in Ukr.).
3. Vyshnetska, A. Shef-redaktor Cultprostir.ua Ihor Panasov: «Zi slovom “kultura” pryblyzno taka sytuatsiia, yak zi slovom “komunizm”» [An editor-in-chief of Culprostir.ua Ihor Panasov: «With a word of “culture” there is approximately a situation like with a word “communism”»], *Media Sapiens*, Retrieved from <https://ms.detector.media/maister-klas/post/17271/2016-08-20-shef-redaktor-cultprostirua-igor-panasov-zi-slovom-kultura-priblyzno-taka-situatsiya-yak-zi-slovom-komunizm>. (in Ukr.).
4. Datsiuk, S. Suchasni blohy ta blohery [Contemporary blogs and bloggers], *Ukrainska pravda*, Retrieved from <https://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/58d0f539e0fdb/>. (in Ukr.).
5. Dzhahhi, M. Shcho take kulturna zhurnalistyka: lektiia persha [Introducing the cultural journalism: the first lecture], *Kultura i kreatyvnyist*, Retrieved from <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/cultural-journalism-course/lecture-13-1>. (in Ukr.).
6. Dobush, Yu. Tsekhova solidaryst, abo yak umyraie ukrainska kulturna zhurnalistyka [Trade solidarity, or how the Ukrainian cultural journalism is dying], *LitAktsent*, Retrieved from <http://litakcent.com/2019/10/30/tsehova-solidaryst-abo-yak-umiraye-ukrayinska-kulturna-zhurnalistyka>. (in Ukr.).
7. Dorosh, M. Kulturna zhurnalistyka. Yak vbuduvatysia u format [The cultural journalism. How to adapt to a format], *Media Sapiens*, Retrieved from <https://ms.detector.media/presa-v-ukraini/post/2115/2013-12-16-kulturna-zhurnalistyka-yak-vbuduvatysia-u-format>. (in Ukr.).
8. Korkodym, O. Yurii Rybachuk: Svitska khronika i «zirkove zhyttia» staly karmoiu kulturnoi zhurnalistyky [Yurii Rybachuk: High life chronicle and «star life» became a karma of the cultural journalism], *Detektor media*, Retrieved from <https://detector.media/community/article/69165/2012-05->

- 04-yurii-ribachuk-svitska-khronika-i-zirkove-zhitty-stali-karmoyu-kulturnoi-zhurnalistiki. (in Ukr.).
9. Markovska, M. Kulturna zhurnalistyka: chy potribni osoblyvi rysy ta vminnia? [The cultural journalism: do we need special traits and skills?], *European Journalism Observatory*, Retrieved from <https://ua.ejo-online.eu/4318/mediadoslidzhennia/kulturna-yhurnalistyka>. (in Ukr.).
 10. Mocharnyk, I. Literaturna krytyka, abo Yak trymaty v tonusi ukrainsku knyzhku [The literary criticism, or how to hold the Ukrainian book in vigor], *Chytomo*, Retrieved from <http://archive.chytomo.com/news/literaturna-krytyka-abo-yak-trimati-v-tonusi-ukrainsku-knizhku>. (in Ukr.).
 11. Ohar, E. (2020). Knyzhkovi Internet-media u konteksti kulturnoi zhurnalistyky [The book Internet media in the context of the cultural journalism], *Derzhava i rehiony*, no. 2(42), s. 56—61, Retrieved from http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/issue/view/73. (in Ukr.).
 12. Ohar, E. (2018). Knyzhkovi chasopysy chasiv nezalezhnosti u konteksti formuvannia krytychnoho dyskursu [The book periodicals of independence period in the context of critical discourse shaping], *Zbirnyk prats Naukovodoslidnoho instytutu presoznavstva*, Lviv, vyp. 8(26), s. 210-219. (in Ukr.).
 13. Khemii, M. (2020). Yevhen Stasinevych: Rynok pozhvavyvsia, a krytyka — ni: blog [Evhen Stasinevych: the market revived, but not the criticism a blog], *Yakaboo*, 1 sich., Retrieved from <https://blog.yakaboo.ua/stasinevych-interview>. (in Ukr.).
 14. Keeble, R. L. (2018). Literary Journalism, *Journalism Studies*, Jul, Retrieved from *Journalism Studies*. (in Eng.).

Emiliya Ohar

THE UKRAINIAN BOOK JOURNALISM: INSTITUTIONAL PREREQUISITES OF FUNCTIONING

The article describes the basic prerequisites for functioning of a phenomenon of the Ukrainian book journalism as a kind of cultural journalism. At present an increased attention to the cultural journalism from scholars and media experts is caused by the activation in sphere of the Ukrainian cultural management supported by long-term EU-Eastern Partnership Programme *Culture and Creativity* (2010—2018s).

The subject of the study are both actual infrastructure of media (web portal, TV and broadcast media, blogs and vlogs) generating relevant content, as well as media workers (critics, bloggers, experts) working in this field. The generalized semantics of the terms «book

journalism» and its derivatives — «book mass media», «book journalist», have been justified.

The main attention is paid to communicative efficiency of media specializing in topics related to the events and facts of the cultural life of society, especially literature and publishing (LitAzkent, Bukvoyid, Chytomo, BaraBuka, Space of Ukrainian Children's Literature, UA: Ukrainske Radio, UA:Persnyi, UA: Kultura, Culturoprostir.ua, and so on).

The most «painful points» of the Ukrainian cultural journalism, specifically those of the book journalism, have been outlined. Those are a lack of creative human resources, unwillingness/inability of journalists to communicate meaningfully and accessibly to a wide audience, as well as unpopularity of this type of journalism among media professionals.

The specific criteria for assessing the professionalism of a book journalist are described, among them deep knowledge in the field of literature, book business, media; involvement in cultural processes, developed literary and art taste, rhetorical skills in popularizing special knowledge, ability to stable and regular work and so on.

Prospects for the development of book journalism depend on the changing attitudes of society to culture, as well as a growth of popularity of book topics in non-mainstream media.

Keywords: cultural journalism, book media, book topic, literary criticism, book journalist.

УДК 37.091.64-028.27:004.031.42

Марія Стахів

ІНТЕРАКТИВНІ ЕЛЕКТРОННІ НАВЧАЛЬНІ ВИДАННЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТИПОЛОГІЇ

DOI

Роз'яснено проблему функціонування термінів, що дозволяють ідентифікувати та класифікувати електронні навчальні видання. Визначено недоліки стандартів, якими послуговується українська видавнича сфера, зокрема ДСТУ 7157: 2010 «Видання електронні. Основні види та вихідні відомості». Проаналізовано основні терміни,