

комерційну інформацію. Також видання використовують жанри промовин («*Liga.net*»), статей-оглядів («*Interfax-Україна*») тощо.

Список використаних джерел:

1. Охоплення інтернет-аудиторії України нативною рекламою досягло 95%. URL: <https://marketer.ua/ua/native-content-coverage-reaches-95/>
2. Пикалюк Р., Шульга Д. Нативна реклама в українських нішевих онлайн-виданнях. *Communications and Communicative Technologies*. 2020. № 20. С. 61–66.
3. Amazeen, M. A. News in an Era of Content Confusion: Effects of News Use Motivations and Context on Native Advertising and Digital News Perceptions. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 97(1). 2020. P. 161–187.
4. IPG Lab & Sharethrough: Exploring the Effectiveness Of Native Ads. URL: <http://ipglab.com/2013/06/18/ipg-lab-sharethrough-exploring-the-effectiveness-of-native-ads/>
5. Storyselling: нативна реклама в медіа. URL: <https://bazilik.media/storyselling-natyvna-reklama-v-media/>
6. The Ultimate Native ads guide. URL: <https://blog.nativeadvertisinginstitute.com/native-advertising-ultimate-guide>
7. Tuchman G. Making news by doing work: Routinizing the unexpected. *American Journal of Sociology*, 1973. P. 110–131.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-272-5-11>

Пилипченко А. С.,

студентка групи 061-21м

*Навчально-наукового інституту філології та журналістики
Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*

АСПЕКТ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ В ПРОЦЕСІ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ТЕАТРАЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

В умовах відчайдушної боротьби українського народу за власну незалежність та європейські цінності особливої актуальності набуває питання майбутнього української журналістики та місця євроінтеграційних процесів в її розвитку. Зокрема, нас цікавить аспект перетворень у театральній журналістиці, яка продовжує

трансформуватися, незважаючи на велику кількість проблем та труднощів.

Прагнення наблизити українську журналістику до європейських стандартів з'явилося ще в перші роки здобуття Україною незалежності. Цьому сприяли не тільки зміни на політичній арені, але й процеси демократизації всіх сфер суспільного життя. Вони відбувалися одночасно з посиленням ролі національно-патріотичних ідей, але нерівномірно та з різною інтенсивністю. Журналістика, як і мистецтво, завжди була надчутливою до перетворень. Вона набувала нових значень та сенсів, трансформуючись у суспільному, економічному, юридичному та політичних вимірах свого функціонування. Зрештою, вона це робить і зараз.

В. Й. Здоровега, видатний український журналістикознавець, не раз порушував в своїх наукових працях проблеми євроінтеграційних процесів. Найяскравіше висвітлюють ці питання такі його наукові розвідки, як «Українська журналістика: входження в європейську культуру» [6], «Європейський вибір: що брати з минулого, а чого вчитися сьогодні українським ЗМІ» [3], «Українська преса як чинник політичної та культурної інтеграції України» [5]. У них науковець підкреслював, що демократична українська журналістика може і повинна звучати в європейському інформаційному просторі, бо є насамперед «журналістикою високої й оригінальної мислі, любові та самопожертви. І саме це єднає її з європейською пресою» [4, с. 42]. На його думку, сучасні якісні медіа мають стояти на трьох китах: економічних, юридичних та професіональних засадах. Відповідно, труднощами, які постають перед сучасною журналістикою, лишається недосконале правове регулювання, недостатнє фінансування та відсутність достатньої досвідчених та освічених фахівців своєї справи.

Український театр воєнного періоду безумовно стикається з великою кількістю перепон, що заважають його активному розвитку. Варто зауважити, що, незважаючи на всі проблеми та виклики, він переосмислює класичні образи світової культури та намагається інтерпретувати їх відповідно до потреб глядача. Наприклад, Івано-Франківський національний академічний музично-драматичний театр імені Івана Франка не тільки продовжує давати вистави, але й є осередком волонтерської діяльності. Зокрема, вони практикують проведення класичних показів у бомбосховищах для переселенців. Працівники театру, під керівництвом Р. Держипільського, привертають увагу світу та водночас допомагають жертвам війни відчувати катарсис, звільнитися від болю.

Театральна журналістика, існування якої неможливе без активного театрального буття країни, яскраво представлена друкованими

виданнями, такими як журнали «Український театр» та «Кіно-театр», інформаційно-аналітичний часопис «Дзеркало тижня» (існує окрема рубрика, присвячена театру). Серед найвідоміших інтернет-видань – онлайн-журнали «Mizanscena», який присвячений театральній тематиці, а також «The Ukrainians», де вона представлена частково. Усі ці видання намагаються функціонувати в ці непрості для держави часи та надавати своїй аудиторії якісний контент. Онлайн-журнал «Mizanscena» був змушений закритися на певний час через фінансові труднощі й лише нещодавно знову почав працювати, але не так активно, як до війни.

Подібно до театру, сучасна театральна журналістика виступає за цінності людського буття, зміцнення національного духу та патріотизму, впливає на думку громадськості та відкриває нашу державу, зокрема театр та його діячів, усьому світу. У часи нестабільності та війни ця діяльність є надважливою. Прекрасно це ілюструє інтерв'ю «Знаєш, де можна дістати броніки, й іншої розмови вже немає...» з акторкою Мариною Кошкіною, за авторства Валентини Самченко. Воно було опубліковано 5 травня 2022 року в «Укрінформ». У інтерв'ю йдеться не просто про життя акторки, але й про особливості її професійної діяльності в умовах війни. Можливо, саме ці непрості часи допоможуть нашій журналістиці віднайти своє «європейське звучання».

Ми можемо зробити висновок, що театр і театральна журналістика є поняттями надзвичайно тісно пов'язаними. Одне не може існувати без іншого. Звісно, як і театр, театральна журналістика переживає не найкращі часи. Маємо сміливість припустити, що поки українській аудиторії не до театральних вистав. Однак ми все ще спостерігаємо спроби журналістів привернути увагу до театру та спонукати аудиторію інвестувати в мистецтво. Воно не просто трансформується під впливом обставин, але й сприяє утвердженню волонтерського руху. Журналісти пишуть про актуальне. Вони не оминають тему війни та виховують аудиторію як патріотично налаштованих, активних громадян. Уважаємо, що саме цей непростий час зможе перетворити українську театральну журналістику на найкращий взірць європейського звучання.

Список використаних джерел:

1. Галацька В. Драматична домінанта авторського мислення в сучасній театральній публіцистиці України. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Філологія*. 2019. 2(42). С. 176–180.
2. Галацька В. Сучасна театральна критика як вияв художньо-естетичної практики постмодерну. *Сучасне буття філософії : Філософія в єдності культурно-історичного процесу* : Наук.–практ.

- конференція, 27–28 листопада 2012 р.: Тези. – Дніпропетровськ : НГУ, 2012. С. 85–86
- Здоровега В. Європейський вибір: що брати з минулого, а чого вчитися сьогодні українським ЗМІ. *Вісник Львів. університету. Сер. Журналістика*. 2001. Вип. 21. С. 15–19.
 - Здоровега В. Про журналістику і журналістів: статті, есе, виступи, діалоги. Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2004. 131 с.
 - Здоровега В. Українська преса як чинник політичної та культурної інтеграції України. *Українська періодика: історія і сучасність: доповіді та повідомлення сьомої Всеукр. наук.-практ. конф. 17-18 травня 2002*. Львів, 2002. С. 53–58.
 - Здоровега В. Українська журналістика: входження в Європейську культуру. *Наук. зб. УВУ*. Мюнхен – Львів, 1993. С. 127–134.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-272-5-12>

Погрібна О. О.,

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики, реклами та PR-технологій
Навчально-наукового інституту української філології
та соціальних комунікацій*

Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

КНИЖКОВІ БЛОГИ ЯК СПОСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЧИТАННЯ

У сучасному інформаційному суспільстві проблема читання є досить гострою, адже багато людей різного віку надають перевагу гаджетам, а не книгам. Це питання хвилює як окремих суб'єктів видавничої діяльності, так і владу України. Так, на державному рівні зроблено певні кроки: створено Український інститут книги у 2016 році, розроблено Стратегію розвитку читання на 2021–2025 роки, виділено кошти на поповнення бібліотечних фондів тощо. Роль книжки та читання як важливих факторів зростання в соціальній і професійній сферах стає провідною темою серед фахівців у книговидавничій галузі. Зокрема, ці питання було порушено на окремій сесії «Книга і читання: інструменти підвищення особистої конкурентоспроможності та розвитку культурного потенціалу» в межах Всеукраїнського форуму «Україна 30» [6].

Крім того, педагоги, видавці, письменники й бібліотекарі шукають нові способи популяризувати книгу та читання разом із традиційними