

**Ольга Гарматій**  
канд. філол. наук,  
доц. кафедри журналістики та  
засобів масової комунікації,  
Національний університет  
«Львівська політехніка»,  
oharmatiy@gmail.com;

**Соломія Кісіль**  
магістр журналістики,  
Національний університет  
«Львівська політехніка»,  
solichka.123@gmail.com

## **ТЕМА КУЛЬТУРИ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПОДАННЯ**

© *Гарматій Ольга, Кісіль Соломія, 2018*

**Висвітлено тему культури в сучасних українських медіа. Культурологічна тематика трактується як важливий елемент медіапростору. Розглянуто основні тенденції, аспекти і проблеми подання інформації про культуру в ЗМІ. Схарактеризовано особливості представлення питань культури у різних ЗМІ. Визначено способи підвищення якості та ефективності медіатекстів на зазначену тему.**

**Ключові слова:** тема культури; засоби масової інформації.

**O. Harmatiy, S. Kisil**

## **THEME OF CULTURE IN UKRAINIAN MEDIA: MAIN TENDENCIES OF PRESENTATION**

**The article deals with the covering of topic on culture in modern Ukrainian mass media. The culture theme is regarded as an important element of the present media space. The authors consider main tendencies, aspects and problems of the cultural information in media. The features of presentation cultural issues in different media are characterized. Ways to improve the quality and effectiveness of media texts on this topic are identified.**

**Keywords:** topic on culture; mass media.

**Постановка проблеми.** Засоби масової інформації мають важливе значення не лише для політичного, економічного, соціального життя суспільства, а й такого чутливого і складного середовища як сфера культури. Інформуючи про події й процеси, що відбувається у культурно-мистецькій царині, медіа створюють поштовх для розвитку культури, стають своєрідним майданчиком для суспільного обговорення цієї проблематики, розвивають інтелектуальний простір, світоглядні орієнтації та культурні запити аудиторії. Дослідники зазначають, що у сучасній соціокультурній системі журналістська діяльність зумовлює динаміку культури й одночасно є її продуктом. Сьогодні ЗМІ як джерело формування культури – могутній агент соціалізації [10, с. 73]. І для цього важливо, щоб українські медіа активно працювали в культурологічній царині: «Культуру своєї країни потрібно завжди розшифровувати, хтось має бути її терплячим хронікером. А бути такими спостерігачами й розповідати світові про те, що відбувається в культурі найкраще зможуть журналісти» [11]. Адже впевненому поступові на шляху збереження національно-культурної ідентичності може сприяти діяльність мас-медіа, які в інформаційному суспільстві

виконують роль транслятора культури: будучи основним інструментом розповсюдження повідомлення, що впливають на свідомість, умонастрої членів суспільства, вони передають із покоління в покоління культурні цінності народу, його традиції, надбання, ідеї. Саме журналістика, завдяки розвитку інформаційних носіїв та каналів розповсюдження інформації, робить культуру доступною для найширших кіл населення [8, с. 15].

Водночас на практиці часто спостерігаємо ситуацію, коли засоби масової інформації відводять пріоритетне місце не публікаціям культурного спрямування, а іншим явищам, автоматично вважаючи культуру «немодною», «неформатною», «несерйозною». Медіаматеріали про питання мистецтва, про культурні події і явища нерідко губляться у вирі інформації, займаючи у ній далеко не провідні позиції. Цю проблему констатують численні зустрічі, дебати, круглі столи, які проводять журналісти та редактори відділів культури українських і закордонних медіа («Культурна журналістика: як вбудуватися в формат») [6], «Культура і журналістика» [9], «Чи є мистецтву місце у ЗМІ» [17] та інші). Сьогодні презентації аспектів культури у медіа – не тільки ніша, яку слід заповнити, це простір для вибору численних тем, що їх покладено в основу забезпечення суспільства інформацією загалом.

**Мета статті** полягає у з'ясуванні основних тенденцій висвітлення проблематики культури в сучасних засобах масової інформації.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Культурологічний медіапростір в Україні та особливості його інформаційного контенту, на жаль, недостатньо висвітлені в науковій літературі і потребують комплексної оцінки та аналізу. Водночас можливість орієнтуватися у зазначеній тематиці дають праці О. Іванової (літературна журналістика) [7], В. Галацької (театральна журналістика) [2], К. Пирогової (арт-журналістика) [13]. Варто зазначити працю Людмили Мар'їної «Журналістика і культура: динаміка взаємодії», що стала спробою проаналізувати культурологічні аспекти журналістики, її місце в глобальному контексті соціокультурної динаміки. Згідно з твердженням Л. Мар'їної, саме журналістика «сприяє засвоєнню суб'єктом об'єктивної реальності, пізнанню і ціннісному засвоєнню світу, його перетворенню. У соціокультурному середовищі журналістика організовує духовне спілкування, формує політичну, естетичну, моральну, економічну культуру, різними способами організовуючи художньо-творчу діяльність» [10, с. 80].

Темі культури присвячені праці багатьох закордонних медіаекспертів і науковців. Наприклад, у книзі, написаній на основі інтерв'ю з журналістами, які спеціалізуються в культурній тематиці, Джемма Гаріс аналізує їхні бачення, якими мають бути медіатексти про події культурного життя [21]. Взаємопроникнення журналістики й культури є предметом наукового зацікавлення Тайлера Гріна, який, окрім наукової діяльності, є також редактором блогів про мистецтво та активним дописувачем про культуру в провідних медіа Америки [20]. Чимало українських журналістів-практиків також порушують цю тематику на сторінках ЗМІ, зокрема варто назвати публікації у виданнях «День», «Дзеркало тижня», «Телекритика» та інших. Однак, як засвідчує аналіз останніх досліджень та публікацій, аспекти реалізації культурологічної проблематики в українських друкованих та інтернет-медіа ще не були предметом окремого наукового дослідження.

**Виклад основного матеріалу.** Медіаексперти, слідкуючи за подіями, що відбуваються в Україні, ще більше наголошують на доцільності та актуальності висвітлення засобами масової інформації культурних явищ. Навіть у час політичної та економічної нестабільності цей сегмент журналістики повинен зберігати свою важливість у загальному контентному наповненні, з якого складається те чи інше видання, – зазначає екс-очільник Бі-Бі-Сі Джон Туса [19].

Тривалий час українські ЗМІ за проблеми культури видавали так звану «жовтуху», яка переважно була пов'язана з іменами співаків, телезірок, особливо коли з'явилися перші сезони талант-шоу або реаліті-шоу. «Під рубрикою «Культура» писали про спідниці, шкарпетки й спідню білизну перевертнів від шоу-бізнесу, намагаючись порахувати кількість грошей, які виділяються на ті чи інші проекти, але нікого не цікавив остаточний художній результат... Нас регулярно тримали у

курсі справ людей, які ні прямого, ні опосередкованого відношення до культури не мають взагалі!», – заявляв свого часу редактор відділу культури часопису «Дзеркало тижня» Олег Вергеліс [3].

Таким чином, аудиторія була мало поінформована про культурну ситуацію в країні. Подібні «сенсації», що видавалися за культуру, потрапляли в ЗМІ за залишковим принципом – журналісти виїжджали на місце події, якщо йшлося про відкриття чогось великого, або нетрадиційного. Чи тоді, коли трапилося щось жахливе: сталася пожежа в картинній галереї, вбили відомого письменника, актора, співака. Основними критеріями відбору інформації, яка б зображала культурні процеси, залишалися страх, сльози, скандал, сміх, смерть. «Те, що часом журналісти пишуть про культурні події, ліпше б вони того не писали. Немає фахової спеціалізованої журналістики. Одна справа написати, що там-то й там-то відбувся фестиваль, а інша справа якісно проаналізувати цю подію... В Україні культурної журналістики практично немає, за винятком кількох критиків, які пишуть настільки нудно, що прочитавши один абзац, думаєш, чи то він такий мудрий, чи то я така дурна, бо нічого не зрозуміла», – міркувала про розвиток культурної тематики в медіа Д. Мокрушина [11].

До сьогодні багато ЗМІ традиційно відсувають культурну тематику на останню шпальту в газеті чи останній сюжет у новинах. Багато вартих суспільної уваги подій мистецько-культурного життя залишаються поза увагою суспільства, тому що в пріоритетах ЗМІ є висвітлення іншої інформації. Проблемою інформаційного забезпечення культури є також її перетворення на нескінченну низку рекламних акцій, причина яких теми «поза трендом» (ті, які не приносять прибутку, на зразок історії) [4]. Очевидно, що досі актуальна проблема репрезентації у ЗМІ насамперед масової культури, найвиразнішими рисами якої є комерціалізація, розважальність, культ гедонізму і споживання, стереотипізація, спрощення.

Ситуація змінилася у зв'язку із загальним розвитком інформаційного простору, а також з подіями Євромайдану та АТО. Ці події не лише реактивізували засадничу роль культури у формуванні й просуванні цінностей та ідентичностей, із яких формує себе сучасне суспільство, а й помітно увиразнили активну й відповідальну роль журналістів, культурних критиків та інтелектуалів загалом. Саме вони стали головними коментаторами й лідерами думок суспільства. Й не лише в Україні, а й на шпальтах світових медіа [14, с. 7]. В останні роки Україна переживає сплеск суспільного інтересу до культури, і, як результат, відбуваються зрушення у висвітленні культурної тематики. Уже можна говорити не про крах і поступовий занепад, а й про позитивні тенденції представлення культурної проблематики в сучасних виданнях.

Медіаексперти, відзначаючи позитивні тенденції у висвітленні культури, наголошують, що «у ЗМІ все частіше йдеться про важливість культури для повноцінного життя нації. Знову актуалізується питання просвітництва, яке, попри гаджетову начинку і модернову оболонку суспільства, не втратило своєї місії» [5]. Спостерігається велика кількість стартапів у царині арт-журналістики, набувають популярності інтернет-портали з популяризації мистецької тематики.

Висвітлення культурної тематики різними ЗМІ має свої особливості. Зрозуміло, що газетам ніколи не виграти в електронних конкурентів змагання в оперативності. На думку експертів, вихід вбачається у поданні у друкованих медіа глибшого аналізу подій мистецької сфери, різноманітних думок, оцінок, широкого висвітлення місцевого матеріалу, створенні привабливого продукту. Критичною стає здатність видань відповідати читацьким запитам. Газети читатимуть, якщо вони продукуватимуть контент, який більше отримати ніде. Слід зробити ставку на переваги газети порівняно з іншими ЗМІ – наближеність до аудиторії та аналітичність. У газетах завжди можна почитати якісні аналітичні матеріали, особливо в культурній сфері, де аудиторії потрібно навести аргументи та розтлумачити той чи інший мистецький захід [7, с. 12].

Натомість електронні ЗМІ вирізняються доступністю, високим ступенем інтерактивності, текст супроводжується більшими мультимедійними можливостями. А наявність візуального компонента та аудіосупроводу сприяє кращому розумінню мистецького явища. Однак, сама інформація часто подається спрощено, журналісти все більше тяжіють до новинних матеріалів, де простіше знайти «сенсацію». Медіаексперт Ігор Бенцал наголошує, що сьогодні читача менше цікавить аналітика, окрім того, у культурній сфері її складно виробляти: «Перша тенденція: ми

живемо у XXI столітті, – це час швидкого споживання інформації, тому «великогабаритна» аналітика є менш популярною. Друга тенденція: новинна інформація потребує значно менше ресурсів – часових та інтелектуальних. Окрім цього, там завжди можна знайти якийсь «спалах», з нічого зробити міні-сенсацію» [9].

Крім того, медіатексти культурологічної тематики у спеціалізованих (тематичних) виданнях і в ЗМІ суспільно-політичного характеру, так званих масових виданнях, мають відмінності в доборі та подачі інформації, вербальних і невербальних засобів організації тексту. Дослідниця А. Пилипенко вважає, що характерною особливістю спеціалізованих мистецьких видань є те, що контент формується спонтанно, без заздалегідь встановлених якісних (тема) і кількісних (обсяг) обмежень матеріалів, і саме достатня кількість матеріалів формує номер видання. Матеріали вміщуються у відповідних рубриках, але часто окремі з них навіть не намагаються створити організовану систему в розташуванні текстів [12]. Особливості контенту з досліджуваної тематики безпосередньо залежать від популярності мистецтва та його інститутів в Україні, оскільки підставою формування контенту в таких виданнях є прем'єрні події у сфері мистецтва, фестивалі, концерти, виставки, дискусійні явища мистецької дійсності, спілкування з відомими діячами, у межах якого розкриваються певні постаті, їхнє бачення та особистий внесок у мистецтво.

Масові видання у поданні культурної інформації часто акцентують увагу не стільки на конкретній події, а на основних аспектах навколо неї. Наприклад, якщо у спеціалізованому виданні про концерт відомого світового виконавця прочитаємо (точніше сказати, повинні були б прочитати) рецензію з коментарями фахівців, то з неспеціалізованого видання більшою мірою довідаємося про події навколо концерту, за лаштунками, умови проживання співака, його враження від приїзду в Україну тощо.

Якісні масові видання, що призначаються для читацької аудиторії переважно з високим освітнім рівнем, широким світоглядом і вираженими естетичними смаками, наприклад, такі як Газета «День» та інтернет-ЗМІ «Українська правда» практикують спеціальні рубрики для висвітлення культури. Тематика матеріалів охоплює практично всі напрями. Щодо жанрів, то тут переважно трапляються аналітичні публікації, великі за обсягом. Якісні видання можуть собі їх дозволити, оскільки їхній читач готовий до сприйняття такого викладу інформації. Манера викладу у цих виданнях малоемоційна, лексиці властиві терміни, що стосуються мистецького середовища [18, с. 77]. Видання, які позиціонують себе як якісні, відводять культурній рубриці значне місце.

Газета «День» – приклад щоденного суспільно-політичного видання, яке багато уваги звертає на висвітлення теми культури. У кожному числі щонайменше чотири матеріали у рубриці «Культура», більшість з них супроводжуються світлинами з подій. Це дає можливість читачеві візуально виокремити рубрику, створити особливий настрій сприйняття тексту. Провідну групу жанрів газети становлять аналітичні, вони є продуктивними, оскільки дають змогу аналізувати проблему, аргументувати думку, залучати фахові коментарі тощо.

Отримання інформації про культуру у популярних масових ЗМІ відбувається без додаткових зусиль. У кожному з них також відводиться спеціальна сторінка для висвітлення культурного життя. Проте видання такого гатунку здебільшого акцентують свою увагу не на елітарній, а більше на масовій культурі. Серед жанрів переважають інформаційні матеріали: інтерв'ю, репортажі чи замітки. Аналітичні прогнози в цих виданнях практично відсутні: культуру розглядають винятково як модну нішу, найпопулярніші та найнестандартніші події якої слід висвітлювати. Стосовно аналізу культурних процесів, формування власної позиції щодо них і, відповідно, впливу на смаки читацької аудиторії, то популярні видання не ставлять це собі за мету. Інформаційний інтерес читача тут задовольняють описом подій та інтерв'ю з модними виконавцями [18, с. 77].

Як приклад українського інтернет-видання, в якому значне місце належить культурі, є «Українська правда». Матеріали виходять в «УП. Життя». *Донедавна тема культури «існувала» в окремому проекті «УП. Культура». Через певні причини його закрили, й тепер розділ культури наповнюється не окремим штатом, а редакцією «УП. Життя».* Палітра тем у виданні різноманітна: театр, музика, живопис, література – це неповний перелік для кожного випуску. Пріоритетними інформаційними приводами є прем'єри фільмів, конкурси, форуми, відкриття виставок, презентація

книг, кадрові питання у сфері культури, нові ідеї та проекти тощо. Проблематику культурного спрямування часто розглядають з погляду її активних діячів. Часто на сайті з'являються матеріали, пов'язані з історією культури, а також про сучасних митців і їхнє мистецтво. В «Українській правді» використовують усе різноманіття жанрової палітри. Однак провідну групу жанрів становлять аналітичні та інформаційні тексти. Матеріали доповнені фотографіями, інфографікою, відео- та аудіозаписами. Такі засоби поряд з вербальними відтворюють повну картину поданої інформації і стимулюють читацький інтерес. Можливо, рубриці трішки не вистачає гострої критики неякісних культурних продуктів. Бо підхід до написання за принципом: або добре, або ніяк не буде довго викликати публічного зацікавлення.

Спеціалізованих ЗМІ про культуру, на жаль, небагато. Сьогодні на медіаринку у досліджуваній тематиці переважають видання журнального типу, а також інтернет-видання.

Український ринок друкованих ЗМІ практично не заповнений виданнями, які б грамотно висвітлювали культурну проблематику та мистецьку критику. Саме тому, перед людьми, яким цікаве культурне життя, постають, до прикладу, питання: де знайти якісне сучасне українське видання культурно-мистецької проблематики, яке можна було б придбати в будь-якому кіоску та яке мало б авторитет не лише серед літературо-, музико-, театро-, мистецтвознавців і професійних критиків, а й серед молоді та представників середнього віку?

«Триматися на плаву», професійно висвітлювати актуальні питання української культури і мистецтва, прагне газета «Культура і життя» – загальнодержавне українське щотижневий видання. «Культура і життя» можна вважати одним із авторитетних культурологічних часописів в Україні. Видання тематично багате, висвітлює різні аспекти з практики театру, музики, живопису, історії культури, народної творчості, літератури, кіно тощо. Це свідчить про масштабність охоплення актуальної культурної проблематики. Тематичне наповнення відповідає рубрикації газети. Зріз з різних галузей культури – так виглядає число газети «Культура і життя» щотижня. Тематична палітра викликає значний інтерес, тоді як форма викладу тексту потребує жанрового урізноманітнення. Газеті «Культура і життя» притаманні подекуди занадто «академічні» тексти, які до того ж великі за обсягом.

У сучасних друкованих культурологічних виданнях, як свідчать дослідження С. Фіялки, виявляються такі недоліки: недостатність або надлишковість обсягу, відсутність чіткої структури тексту (параграфів, рубрик, висновків, узагальнень тощо), перенасичення фактами: занадто багато власних назв, дат, зайвих деталей; низька поліграфічна якість або відсутність ілюстрацій; недоліки мови й стилю, так званий академізм мови тощо [15, с. 9]. Натомість інтернет-виданням такого типу подібні недоліки не притаманні. Академізм у текстах відсутній, мова проста і без термінології, жанри практично завжди інформаційні, інколи трапляється аналітика, яку легко сприймає читач.

Оскільки інтернет – невід'ємна складова сучасної комунікації, варто констатувати, що у «глобальному павутинні» українських сайтів, присвячених культурній тематиці, більше, ніж друкованих ЗМІ. Наявні справжні у класичному розумінні культурологічні інтернет-видання, хоч і деякі з них потребують якіснішого підходу до популяризації контенту [16, с. 21].

Найповніше культурна тематика в інтернеті представлена на сторінках спеціалізованих електронних видань. Концепція таких видань приваблює аудиторію, публікації написані просто, легко, доступно і цікаво. Такі матеріали про музику, кіно та інші сфери мистецтва відкривають нових героїв, відстежують і формують тренди. В інтернет-просторі таких платформ чимало.

Так, інтернет-видання «Cultprostir» – це інформаційно-аналітичний сайт про сучасне мистецтво та стиль життя, інформаційне агентство культурних новин; панель блогів діячів мистецтв, журналістів та лідерів думок; електронна бібліотека сучасного мистецтва, віртуальні галереї та шоу-рум сучасного мистецтва. «Сайт плідно працює, висвітлюючи визначні події в українському культурному просторі та світові тенденції. В центрі уваги – важливі суспільні процеси, новини літератури, музики, кіно, театру, образотворчого мистецтва. Також ресурс «Cultprostir» ініціює культурні, освітні та суспільні проекти, дискусії та арт-проекти», – йдеться в концепції проекту [1].

Інтернет-видання «Культпростір» наповнене легким та зрозумілим контентом, публікації здебільшого інформаційного характеру, водночас не вистачає якісних аналітичних матеріалів.

Треба зазначити широкий спектр тематичного різноманіття цього ЗМІ. Публікації про культуру представлені у таких підрубриках: «Арт», «Театр», «Кіно», «Музика», «Література», «Фото», «Cultprostirhub». Також є інші рубрики на сайті, які теж стосуються подій культурного простору: «Суспільство» висвітлює важливі соціальні процеси, що залежать від культурної складової; «Стиль життя» повідомляє «лайтові» новини про цікаві відкриття чи неординарні мистецькі заходи; «Блоги» слугують майданчиком для висловлення думок, міркувань про явища в мистецькому просторі; «Рейтинги» публікують результати найкращих чи найгірших подій, особистостей в культурі; «Atlas» має на меті показ досягнень творчих особистостей на культурній ниві в різних куточках України та світу.

**Висновки.** Висвітлення культурної тематики органічно пов'язане з культурно-історичним процесом – і цей зв'язок тісніший, аніж може видатися на перший погляд. Сьогодні, коли медіаконтент переповнений політичними й економічними новинами, царина культури залишається важливою територією суспільної консолідації, інтелектуальним простором для розвитку особистості. Культурологічна журналістика покликана інформувати про культурно-мистецьке життя і формувати світогляд та духовну культуру аудиторії, прищеплювати розуміння культурних процесів, що відбуваються у суспільстві.

Однак ефективність цього сегменту журналістики недостатня. Сьогодні культурна проблематика, на жаль, залишається без належної уваги українських ЗМІ. Медіа, на жаль, не звертають належної уваги на проблеми сучасної культури. Нестача звертання до питань культури відчувається в теле- та радіосюжетах. У новинних випусках їхня кількість є мінімальною, цілісних і якісних програм, які б стосувалися винятково культурної сфери, теж небагато. В українському медіапросторі спостерігається така ситуація: матеріали на тему культури не мають стільки переглядів, як ті, у яких ідеться про політику чи надзвичайні події.

Дещо краща ситуація з представленням культурної тематики в друкованих та інтернет-ЗМІ України. У багатьох друкованих та інтернет-ЗМІ культурі відведено окремий розділ, який часто так і називається – «Культура». І навіть якщо такої рубрики немає, про найважливіші події культурного характеру можна дізнатись у розділах «Суспільство», «Актуально», «Погляд» тощо. Але у них роль культури може бути звужена до розважальної, а сама тема стає прихистком і стартовим майданчиком для багатьох початківців, які планують згодом зайнятися «серйозною журналістикою». Тенденція українських видань полягає й у тому, що журналісти більше тяжіють до новинних матеріалів, де простіше знайти «сенсацію». А сучасна культурологічна журналістика потребує ґрунтовних матеріалів, об'єктивного й прискіпливого розгляду, з оцінками і прогнозами.

Для поціновувачів культурної тематики на ринку мас-медіа пропонують спеціалізовані видання, які винятково висвітлюють проблеми культурного середовища. Вивчення діяльності ЗМІ з висвітлення зазначеної проблематики показує, що такі медіа мають значний комунікативний потенціал і можуть слугувати ефективним носієм культурознавчої інформації. Проте вузькоспеціалізованих ЗМІ про культуру у нас дуже мало, що свідчить про низький запит споживача та фахового середовища на подібні видання.

Водночас стверджувати про крах культурологічної журналістики не варто. У медійному середовищі функціонують видання, які попри «маловажливість» культурної проблематики, все-таки плідно працюють у цій галузі. Так, у газеті «День» та інтернет-виданні «Українська правда» культурна тематика реалізується крізь призму актуальних подій у світі культури, проблем та питань в аналітичних та інформаційних матеріалах. Звернення до актуальних проблем культурної практики, їх усебічний аналіз, залучення коментарів фахівців, оцінок експертів, доповнення текстової інформації зображальними елементами – потужні засоби впливу на цільову аудиторію.

Спеціалізовані культурознавчі видання представлені в медіапросторі передусім журнальною періодикою. Окрім журнальних, популярності набувають інтернет-сайти про культуру, зокрема «Культпростір». Серед спеціалізованих газет слід відзначити «Культуру і життя», та загалом друкованих версій таких видань мало.

Обов'язковим у культурологічній журналістиці є діяльність «в ногу з часом». Вивчати та обирати важливі поради культурних експертів, вектор яких спрямований на створення якісного контенту, – підстави вивести культурну тематику в ЗМІ на високий рівень.

Перспективними напрямками подальшого дослідження вважаємо пошук нових можливостей зацікавлення співгромадян та представників інших країн українським культурним продуктом; вивчення досвіду зарубіжних колег у висвітленні культурної проблематики, їхніх принципів та аспектів подання такої інформації; аналіз окресленої проблеми в структурі інших видів медіа (радіо та телебачення) з урахуванням специфіки їхнього функціонування. Доцільно також відстежити нові трансформації культурологічної проблематики в друкованих та інтернет-ЗМІ, а також їхні стратегії розвитку на українському мас-медійному ринку.

1. В Україні починає роботу інтернет-видання *Cultprostir* про культуру і стиль [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – Режим доступу: <http://detector.media/rinok/article/95108/2014-06-25-v-ukraini-pochinae-robotu-internet-vidannya-cultprostir-pro-kulturu-i-stil/>. 2. Галацька В. Аналітично-художня інтерпретація картини світу в сучасній театральній журналістиці України (на матеріалі друкованих видань) / В. Галацька // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. – Вип. 39. – Львів, 2014. – С. 208–212. 3. Голованова Н. Олег Вергеліс: «Мрію про світлий час, коли наше ТБ покаже нарешті людину розумну» [Електронний ресурс] / Н. Голованова // Телекритика. – 2011. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/-daidzhest/2011-10-27/66750>. 4. Гривінський Р. Про збереження національного нерву. Лана Самохвалова: Чорне є чорним, а біле – білим... / Роман Гривінський // День. – № 225–226. – 9 груд. 2016. 5. Дві проблеми та дві позитивні тенденції української журналістики [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – Режим доступу: <http://detector.media/community/article/126689/2017-06-06-dvi-problemi-ta-dvi-pozitivni-tendentsii-ukrainskoi-zhurnalistiki-opitivannya-dm/>. 6. Дорош М. Культурна журналістика: як будуватися у формат [Електронний ресурс] / М. Дорош // MediaSapiens, 2013. – Режим доступу: [http://www.osvita.mediasapiens.ua/print/1411980811/kulturna\\_zhurnalistika\\_yak\\_vbuduvatisya\\_u\\_format/](http://www.osvita.mediasapiens.ua/print/1411980811/kulturna_zhurnalistika_yak_vbuduvatisya_u_format/). 7. Іванова О. А. Преса про літературу: номінація, дефініція, методологія [Електронний ресурс] / О. А. Іванова. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/soc\\_gum/Nzizh/2008\\_33/Ivanova%20O.%20A..pdf](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/soc_gum/Nzizh/2008_33/Ivanova%20O.%20A..pdf). 8. Кузнєцова Т. Транслявання національної культури сучасними ЗМІ: основні тенденції та перспективи [Електронний ресурс] / Т. Кузнєцова. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vdpu/Soc\\_kotun/2008\\_1/12.html](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vdpu/Soc_kotun/2008_1/12.html). 9. Культура і журналістика [Електронний ресурс] // Медіа пазл шоу. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=7T4ewDM1v9I>. 10. Мар'їна Л. Журналістика і культура: динаміка взаємодії / Л. П. Мар'їна. – Львів : ПАІС, 2013. – 164 с. 11. Мокрушина Д. Культура у ЗМІ, ЗМІ в культурі (деякі міркування про дезорієнтацію у культурному українському просторі) [Електронний ресурс] / Д. Мокрушина // Медіакритика. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytika/kultura-u-zmi-zmi-v-kulturi-deyaki-mirkuvannya-pro-dezoriyentatsiyu-u-kulturnomu-ukra>. 12. Пилипенко А. Контент літературного журналу: принципи моделювання [Електронний ресурс] / А. Пилипенко // Вісник Книжкової палати. – 2012. – № 2. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/vkr/2012\\_2/st](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vkr/2012_2/st). 13. Пирогова К. Арт-журналістика в системі комунікаційного простору на прикладі видання «Телекритика» / К. Пирогова // Вісник Львівського ун-ту. – Серія Журналістика. – 2014. – Вип. 39. – С. 92–97. 14. Семінар культурної критики та репортажу «Культура 3.0» – CSM [Електронний ресурс]. – 2014. – 206 с. – Режим доступу: <https://issuu.com/csmart.org.ua/docs/culture-3.0>. 15. Фіялка С. Б. Редагування навчальної літератури з культурознавства для вищої школи : автореф. дис. канд. наук із соц. ком. / Фіялка Світлана Борисівна ; Нац. техн. ун-т України «Київ. політех. ін-т». – К., 2012. – 18 с. 16. Чабаненко М. В. Робота журналіста в інтернет-ЗМІ. – Запоріжжя : Просвіта, 2012. – 120 с. 17. Чи є мистецтву місце в ЗМІ // Телекритика. – Режим доступу: [ru.telekritika.ua/krugli-stoli/2008-08-11/39956](http://ru.telekritika.ua/krugli-stoli/2008-08-11/39956). 18. Янишівська Г. В. Вплив друкованих ЗМІ на формування музичних смаків молоді: до проблеми класифікації видань / Г. В. Янишівська // Наук.

запис. – 2001. – 178 с. 18. 10 тез про культурну журналістику від экс-очільника BBC [Електронний ресурс] // Телекритика. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/expert/2015-11-16/112644>. 19. Green T. Re-thinking cultural journalism [Electronic resource] / Tyler Green. – Mode of access: <http://blogs.artinfo.com/modernartnotes/files/2009/08/ArtJournalismWhitePaper2010.pdf>. 20. Harries G. The culture of arts journalists. Elitists, saviors or manic depressives? [Electronic resource] / Gemma Harries, Karin Wahl-Jorgensen. – Mode of access: <http://jou.sagepub.com/content/8/6/619>.

## REFERENCES

1. V Ukraini pochynaie robotu internet-vydannia Cultprostirpro pro kulturu i styl. 2014. Detektor media. Available at: <http://detector.media/rinok/article/95108/2014-06-25-v-ukraini-pochinae-robotu-internet-vidannya-cultprostir-pro-kulturu-i-stil/>. 2. Halatska, V. 2014. Analitychno-khudozhnia interpretatsiia kartyny svitu v suchasni teatralnii zhurnalistytsi Ukrainy na materialii drukovanykh vydan, Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii Zhurnalistyka, 39, pp. 208–212. 3. Holovanova, N. 2011. Oleh Verhelis: «Mriiu pro svitlyi chas, koly nashe TB pokazhe nareshiti liudynu rozumnu», Telekrytyka. Available at: <http://www.telekritika.ua/-daidzhest/2011-10-27/66750>. 4. Hryvynskyi, R. 2016. Pro zberezhennia natsionalnogo nervu. Lana Samokhvalova: Chorne ie chornym, a bile – bilym...Den, 225–226. 5. Dvi problemy ta dvi pozytyvni tendentsii ukrainskoi zhurnalistyky. 2017. Detektor media. Available at: <http://detector.media/community/article/126689/2017-06-06-dvi-problemi-ta-dvi-pozitivni-tendentsii-ukrainskoi-zhurnalistyky-opituvannya-dm/>. 6. Dorosh, M. 2013. Kulturna zhurnalistyka: yak vbuduvatysia u format, MediaSapiens. Available at: [http://www.osvita.mediasapiens.ua/print/1411980811/kulturna\\_zhurnalistyka\\_yak\\_vbuduvatysia\\_u\\_format/](http://www.osvita.mediasapiens.ua/print/1411980811/kulturna_zhurnalistyka_yak_vbuduvatysia_u_format/). 7. Ivanova, O. A. 2008. Presa pro literaturu: nominatsiia, definiitsiia, metodolohiia. Available at: [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/soc\\_gum/Nzizh/2008\\_33/Ivanova%20O.%20A..pdf](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/soc_gum/Nzizh/2008_33/Ivanova%20O.%20A..pdf). 8. Kuznietsova, T. 2008. Transliuvannia natsionalnoi kultury suchasnymy ZMI: osnovni tendentsii ta perspektyvy. Available at: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vdpu/Soc\\_komun/2008\\_1/12.html](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vdpu/Soc_komun/2008_1/12.html). 9. Kultura i zhurnalistyka. 2013. Media pazl shou. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=7T4ewDM1v9I>. 10. Mar'ina, L. 2013. Zhurnalistyka i kultura: dynamika vzaiemodii. Lviv, PAIS, 164 p. 11. Mokrushyna, D. 2001. Kultura u ZMI, ZMI v kulturi (deiaki mirkuvannia pro dezoriantatsiiu u kulturnomu ukrainskomu prostori), Mediakrytyka. Available at: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytika/kultura-u-zmi-zmi-v-kulturi-deyaki-mirkuvannya-pro-dezoriyentatsiyu-u-kulturnomu-ukra>. 12. Pylypenko, A. 2012. Kontent literaturnoho zhurnalu: pryntsyppy modeliuвання, Visnyk Knyzhkovoї palaty, 2. Available at: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/vkp/2012\\_2/st](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vkp/2012_2/st). 13. Pyrohova, K. 2014. Art-zhurnalistyka v systemi komunikatsiinoho prostoru na prykladi vydannia «Telekrytyka», Visnyk Lvivskoho un-tu. Serii Zhurnalistyka, 39, pp. 92–97. Seminar kulturnoi krytyky ta reportazhu «Kultura 3.0», 2014. CSM, 206 p. Available at: <https://issuu.com/csmart.org.ua/docs/culture-3.0>. 14. Fiialka, S. B. 2012. Redahuvannia navchalnoi literatury z kulturoznavstva dlia vyshchoi shkoly, Kyiv, Nats. tekhn. un-t Ukrainy «Kyiv. politekh. in-t», 18 p. 15. Chabanenko, M. V. 2012. Robota zhurnalista v internet-ZMI, Zaporizhzhia, Prosvita, 120 p. Chy ie mystetstvu mistse v ZMI. 2008. Telekrytyka. – Available at: <http://www.telekritika.ua/krugli-stoli/2008-08-11/39956>. 16. Yanyshivska, H. V. 2001. Vplyv drukovanykh ZMI na formuvannia muzychnykh smakiv molodi: do problemy klasyfikatsii vydan, Naukovi zapysky, 178 p. 17. 10 тез про культурну журналістику від экс-очільника VVS. 2015. Telekrytyka. – Available at: <http://www.telekritika.ua/expert/2015-11-16/112644>. 18. Green, T. 2010. Re-thinking cultural journalism. Available at: <http://blogs.artinfo.com/modernartnotes/files/2009/08/ArtJournalismWhitePaper2010.pdf>. 19. Harries, G. and Wahl-Jorgensen, K. 2007. The culture of arts journalists. Elitists, saviors or manic depressives? Available at: <http://jou.sagepub.com/content/8/6/619>.