

Список використаних джерел:

1. Майстерність телевізійного ведучого як навчальна дисципліна та метод її викладання / О. В. Безручкота ін.; URL: https://pidruchniki.com/91330/zhurnalistika/maysternist_televizijnogo_veduchogo_yak_navchalna_distsiplina_ta_metodika_yiyi_vikladannya.
2. Богомолова Н. Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. Москва: Высшая школа, 1991. 156 с.
3. Гоян В. В. Журналістська творчість на телебаченні: монографія. Київ: ун-т ім. Т. Шевченка, Інститут журналістики, 2011. 319 с.
4. Гоян В. В. Телерепортер як професія: творчо-виробничі аспекти сучасної репортажної тележурналістики. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=294>.
5. Маргалик В. С. Імідж ведучого телевізійної програми, його відповідність жанрові й тематиці. Наукові записки Інституту журналістики, 2003. Т.11.С. 70–84.
6. Прилюк Д. М. Теорія і практика журналістської творчості: проблеми майстерності. Київ: Промінь, 1973. 284с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Погрібна О. О.

Ю. О. Сідельнікова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КНИГОТОРГОВЕЛЬНА МЕРЕЖА «Є» В СИСТЕМІ КНИГОРОЗПОВСЮДЖЕННЯ УКРАЇНИ

Саме книжкова торгівля є особливою з точки зору підтримання взаємозв'язку між книгою та її потенційним читачем: вона не лише доводить до кінцевого споживача унікальний товар, а й впливає на його виробництво і споживання, опосередковано формуючи читацькі зацікавлення, пропагує книгу та читання.

Проблеми діяльності книготорговельних підприємств розглядаються в працях О. Афанасенко [1], Г. Грет [2]. Аналіз літературних джерел показав, що проблема книготорговельного розповсюдження потребує додаткового вивчення. Дослідження всіх аспектів, пов'язаних з механізмом діяльності книготорговельних підприємств, а також шляхів покращення задоволення потреб споживачів книжкової продукції, є надзвичайно актуальним.

Метою нашого дослідження є розкриття особливостей організації роздрібною торгівлі книгами в Україні на прикладі діяльності книготорговельної мережі «Є». Саме з цією мережею співпрацюють майже усі українські видавництва.

Сучасна книжкова торгівля України включає традиційні книгарні (універсальні і спеціалізовані) та книгарні-кафе, кіоски різних систем та закладів освіти, книгарні видавництв, супермаркети книготорговельних мереж, відділи книг в непрофільних супермаркетах, Internet-книгарні, книжкові бази [2].

Системними книготорговельними мережами є книжкові мережі, які в останні роки набули значної популярності.

Книготорговельна мережа — це сукупність торговельних підприємств з доведення книжкової продукції до споживача, які перебувають під спільним керівництвом, мають однакову систему. Переваги мережевої торгівлі книгами полягають у можливості зміни асортименту товару з урахуванням вподобань споживачів, здатності поєднувати функції оптової та роздрібною торгівлі, зниженні витрат на одиницю товару за рахунок закупівель великих партій продукції, економії коштів на рекламі.

Серед системних книготорговельних мереж книгарень «Є» вирізняються тим, що вони не лише формують асортимент книжкової продукції та пропонують його читачам, але і втілюють ідею культурно-інформаційної ролі книгарні, що стає епіцентром культурної комунікації суспільства.

Книгарня «Є» — це мережа книгарень, магазини якої розташовані не тільки у Києві, а і у Львові, Харкові, Івано-Франківську, Вінниці, Тернополі, Володимирі-Волинському. Першу книгарню мережі відкрито 21 грудня 2007 року в м. Києві (вул. Лисенка, 3). Менш ніж за рік книгарня набула репутації магазину з найбільшим вибором українських книг та книг

іноземними мовами, комфортним сервісом (зони для читання, Wi-Fi™), відділом дитячої літератури, відділом дисків (музика, фільми, ігри, аудіокниги). Привертають увагу покупців полиці для буккросингу, періодичні культурні заходи (презентації книжок, круглі столи, зустрічі з письменниками) [3].

Зараз мережа магазинів книгарні «Є» налічує 32 магазини, з них 12 — у Києві, 5 — у Львові та Львівській області, по 2 — у Харкові, Тернополі та Івано-Франківську, по 1 — у Луцьку, Рівному, Володимир-Волинському, Вінниці, Дніпрі, Сумах, Хмельницькому, Запоріжжі, Слов'янську. Мережа книгарень «Є» має певний концепт, чітко визначену позицію. Вона унікальна: суттєвою її відмінністю від інших книжкових мереж є те, що вона пропагує власний, український продукт.

Мережа книгарень «Є» намагається забезпечити великий вибір не лише українських, а й зарубіжних книг оригінальними мовами. У книгарні представлені зарубіжна та українська класика, книги сучасних українських та іноземних авторів, нон-фікшн, біографії, мемуари, найбільший вибір літератури англійською, широкий вибір книг у історичному відділі та книжок з особистісного зростання. Зараз видавці активно займаються купуванням прав і перекладанням текстів. Книгарня «Є» співпрацює з абсолютно всіма українськими видавництвами (як з ключовими, так і з маленькими місцевими) — до 500 назв [5].

Від дня заснування книгарню «Є» позиціонували не тільки як місце для купівлі книжок, а як культурний центр, де ведуться діалоги на культурну, соціальну, суспільно-політичну тематику. Продаж і популяризацію українських книжок книгарня сприймає як свою місію, іноді навіть усупереч комерційній вигоді, адже засновники мережі переконані, що покликані проговорювати суспільно важливі речі, формулювати меседжі.

У книгарнях «Є» проходять презентації книжок і зустрічі з письменниками (Владислав Івченко, Христя Венгринюк та Любка Дереш, Антін Мухарський), літературні читання, лекції іноземних та українських провідних інтелектуалів, дипломатів, експертів та публічних діячів, (фахівець з міжнародного тероризму Фарад Хосрохавар, філософ та публіцист Вахтанг Кебуладзе, історик Віталій Михайлівський, фізик Олег Фея, перекладачка Ірина Словінська, французький журналіст Ів Аньєсю, психолог роман Кушнір), круглі столи та дискусії, читання, майстер-класи та розваги для дітей, кіноперегляди та музичні заходи, прес-конференції. Популярність поціновувачів книги завоювали такі проекти книгарень «Є»: «ЛітСвіт» — діалоги з перекладачами й літературознавцями про літератури певних країн світу, «Апокаліпсис міста» — розмови з інтелектуалами різних країн про феномен постсоціалістичних міст та зміни в них, підлітковий читацький клуб «Коло книжки» (спільно з Центром дослідження літератури для дітей та юнацтва й організацією «Пласт»), «Мандри» — зустрічі з мандрівниками, які дають корисні поради тим, хто збирається у подорож, «Діалоги про» — розмови з відомими людьми, які висвітлюють актуальні теми культурного, історичного і соціального характеру [4].

Серед заходів є зустрічі з іноземними авторами, яких привозять Гете-інститут в Україні та Польський інститут у Києві (творчі зустрічі з письменниками Іриною Даневською, Юрієм Камаєвим та Сергієм Синюком, презентація роману Богдана Коломійчука «Моцарт із Лемберга», лекції французького соціолога Мішеля В'єйорки «Чи спроможні ми полишити насильство»).

У книгарні «Є» відбуваються заходи для дітей (татусячі читання, квести для читайликів, воркшопи, скайп-презентації). Гратися з малюками запрошують відомих та цікавих людей. Це Росава, Рима Зюбіна, Василь Вірастюк, Ірена Карпа, Наталка Малетич, Юлія Ілюха. Також працівники книгарні разом з дітьми влаштовують перегляд мультфільмів, малюють, ліплять. «Я вважаю, що такі проекти — дуже важливі, — вважає директор мережі «Є» Катерина Федоренко. — До читання дітей треба долучати змалку — потім це зацікавлення зберігається» [3]. У кригарні «Є» широкий асортимент дитячих книжок. Це книжки видавництв «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», «Махаон», «Видавництва Старого Лева», «Богдан», «Перо», «Школа», «Ранок», «Смолоскип» тощо.

Величезна частина книжкового ринку поступово переходить в Інтернет. Книгарня «Є» має власний Інтернет-магазин, що набагато спрощує продаж та розповсюдження книг і сприяє

поширенню інформації про них. Сайт книгарні «Є» наповнено усіма видами книг, каталог товарів яких містить такі рубрики: «Дитяча література», «Художня література», «Нехудожня література», «Література іноземними мовами», «Довідникова література», «Карти, атласи, путівники», «Альбоми», «Періодичні видання». На сайті також можна знайти інформацію про проекти, новини, календар подій, програму лояльності, доставку і оплату товарів.

Отже, мережа книгарень «Є» — це сучасний книготорговельний партнер видавництва, що має певний концепт, чітко визначену позицію. Магазины «Є» представлені у найбільших населених пунктах України. Значна частина книжкової продукції реалізується через Інтернет-магазини. У книгарнях мережі «Є» реалізується дитяча література, художня, нехудожня, література іноземними мовами. Ця мережа просуває власний, український продукт. Така позиція відповідає очікуванням суспільства, адже, як засвідчують соціологічні дослідження, більшість українців надає перевагу україномовній книжці.

Список використаних джерел:

- 1.Афанасенко О. М. Інформаційні можливості книжкового ринку України / О. М. Афанасенко // Вісник Книжкової палати. — 2003. — № 7. — С. 8–10.
- 2.Грет Г. П. Книгорозповсюдження в структурі книжкової справи України [Електронний ресурс] / Г. Грет. — Режим доступу : http://library.lnu.edu.ua/bibl/Vudanna_WEB_pdf/2012_Vupysk_VII/105-116.pdf.
- 3.Любка А. «Є» книгарня. Є 20 книгарень / [Електронний ресурс] / А. Любка. — Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/kultura/ye-knygarnya-ye-20-knygaren>.
- 4.Інтернет-магазин книгарня «Є» / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.book-ye.com.ua/shop.
- 5.Книгарня «Є» / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://kiev.shary.ua/knigarnya-ie>

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Завгородня Л. В.

А. Т. Тиха

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ЗНІМАННЯ ВІДЕО ДЛЯ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ INSTAGRAM

Користувачі соціальних мереж все частіше знімають відеоконтент для просування свого бренду в соціальних мережах. Трендом останніх років став мультимедійний контент: відео є популярнішим, ніж текст. 83% користувачів сказали, що хотіли б створювати більше відеоконтенту, якби у них були такі можливості (час і ресурси). Дослідницька компанія TNS спільно з ініціативою «Чисте небо» з'ясували, що 87% респондентів дивляться в інтернеті художні фільми, серіали, телевізійні шоу. Нині найбільш популярними є відеоресурси YouTube (65%) та сайти телеканалів (41%). Дослідники прогнозують, що відеоконтент складатиме 84% інтернет-трафіку у 2019 році [1].

Актуальність теми зумовлена популяризацією відеоконтенту, що займає все більш високі позиції в соцмережі Instagram. Знімання відео огляду чи вайнів — досить швидкий, простий, але цікавий процес, саме тому їхня кількість зростає щодня в геометричній прогресії.

Метою нашої роботи є розкриття особливостей знімання відео в соціальній мережі Instagram. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань: дослідити головні особливості відео в соціальних мережах; проаналізувати алгоритми охоплення відеоконтенту в Instagram; розглянути правила знімання відео та його монтажу; простудіювати найпопулярніші способи знімання відео в Instagram.

Науковій літературі про особливості знімання відео в Instagram небагато, тому що ця тема модерна і не повністю вивчена. Особливості знімання відео в соціальній мережі досліджують такі блогери (за сумісництвом підприємці, бізнесмени, письменники, коміки): Т. Пренткович [9], М. Барасва [8], А. Френдій [4], Н. Литвин [5], Л. Нова [7].

Дедалі популярнішими стають онлайн-трансляції в соцмережах. Йдеться саме про «живий» стримінг у реальному часі, без виправлень і монтажу. Так, за даними компанії SocialMediaToday 85 % користувачів «Фейсбуку» віддають перевагу стрімам, а не звичним телевізійним трансляціям.