

<https://imi.org.ua/monitorings/telegram-i-plagiat-chy-mozhut-media-zahysty-svoyi-novyny-vid-kradizhky-i63132> (дата звернення: 23.04.2026).

Науковий керівник: Дармостук І.В., асистент кафедри онлайн-медіа Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка/

Христина Присяжнюк

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

ОНЛАЙН-МЕДІА «ЧИТОМО» ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ СУЧАСНОГО КНИЖКОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Досліджено особливості функціонування та розвитку онлайн-медіа «Читомо» як ключового інструменту комунікації на сучасному книжковому ринку України. Проаналізовано медійну модель видання з огляду на поєднання масового та професійного форматів взаємодії з аудиторією. Було проведено дослідження щодо ролі сайту в аналітиці економічної життєздатності видавничої галузі, його рубрикаційного наповнення, а також функцій в умовах повномасштабної війни. Доведено, що ефективній популяризації вітчизняної книги та консолідації ринку сприяє ґрунтовний фактаж, збалансоване поєднання аналітичних й візуальних елементів та активна культурна дипломатія ресурсу.

Ключові слова: *онлайн-медіа, книжковий ринок, видавнича справа, медіакомунікації, популяризація читання, культурна дипломатія, нішева журналістика.*

Сучасний український книжковий ринок – це унікальний феномен, який, попри безпрецедентні виклики повномасштабної війни, економічної турбулентності та руйнування інфраструктури, демонструє вражаючу життєздатність і фазу активного зростання. Ця екосистема, що складається з видавців, авторів, перекладачів, ілюстраторів, книгарень та читачів, потребує потужного комунікаційного ядра – платформи, яка б не лише фіксувала події, а й задавала вектори розвитку, аналізувала тренди та об'єднувала ринок. Саме таку фундаментальну роль сьогодні відіграє онлайн-медіа «Читомо», яке за роки свого існування еволюціонувало від нішевого студентського блогу до найвпливовішого професійного ресурсу

про книговидання та читання в Україні. Розгляд «Читомо» виключно як літературного сайту був би надто поверхневим, адже сьогодні це повноцінний інструмент індустріального впливу, культурної дипломатії та формування нових суспільних звичок.

Історія цього ресурсу розпочалася у 2009 році завдяки ініціативі Оксани Хмельовської та Ірини Батуревич. Від самого початку проєкт відрізнявся від традиційних літературних порталів тим, що фокусувався не лише на текстах і літературознавчій критиці, але й на книжці як на матеріальному об'єкті та продукті креативної економіки. З часом це дозволило «Читомо» зайняти унікальну нішу, поєднавши два формати комунікації: орієнтацію на масового читача та глибоку аналітику для професіоналів галузі. Для пересічного читача медіа працює як надійний навігатор у бурхливому морі книжкових новинок.

В умовах, коли кількість нових видавництв стрімко зростає, а інформаційний простір перенасичений, «Читомо» структурує цей хаос.

Редакція створює авторитетні добірки, огляди та рецензії, які допомагають аудиторії робити свідомий вибір.

Проєкт «Вітрина новинок», наприклад, став геніальним у своїй простоті інструментом стимулювання попиту: це інтерактивний майданчик, де видавці можуть анонсувати свої свіжі релізи, а читачі – одразу переходити до їх придбання. Таким чином, медіа не просто розповідає про літературу, а безпосередньо впливає на конверсію та продажі, роблячи читання сучасним, модним і невіддільним елементом стилю життя українця.

Особливої уваги заслуговує те, як «Читомо» працює з візуальною культурою. Книжковий дизайн та ілюстрація завжди були у фокусі уваги редакції. Завдяки регулярним оглядам найкрасивіших видань, інтерв'ю з провідними ілюстраторами та артдиректорами, медіа виховало ціле покоління читачів, які висувають високі вимоги до естетики книги. Це, своєю чергою, змусило українських видавців інвестувати в якісний дизайн, відмовившись від стокових зображень і низькоякісної поліграфії на користь унікальних авторських обкладинок та складних поліграфічних рішень. «Читомо» постійно наголошує на тому, що сучасна книга – це синтез тексту і візуального мистецтва, і саме цей підхід дозволяє українським виданням сьогодні здобувати престижні нагороди на міжнародних конкурсах у Лейпцигу, Болоньї чи Франкфурті.

Проте найпотужніший вимір роботи «Читомо» лежить у площині внутрішньогалузевої комунікації. Для книжкового бізнесу це медіа є своєрідним аналогом західного «Publishers Weekly». Редакція системно підходить до вивчення економічної життєздатності ринку. Регулярні опитування видавців щодо їхніх накладів, прибутковості, витрат на друк та логістику дають змогу сформувати об'єктивну картину стану індустрії. Публікації, які аналізують, скільки книжок було видано за рік, які жанри

стали найбільш комерційно успішними (як-от феноменальний сплеск інтересу до української історії, репортажистики чи фентезі), стають базою для прийняття стратегічних рішень самими видавцями. Медіа не боїться порушувати складні теми: дефіцит крейдованого паперу, стрімке зростання вартості поліграфічних послуг, брак кваліфікованих перекладачів з рідкісних мов, проблеми дистрибуції та піратства. Відверто проговорюючи ці больові точки, «Читомо» консолідує ринок, допомагаючи гравцям об'єднувати зусилля для лобювання своїх інтересів на державному рівні [1].

Феномен буму незалежних книгарень, який ми спостерігаємо в Україні останніми роками (поява таких просторів як «Сенс», «Книжковий Лев», нових локацій «Книгарні Є» та багатьох інших), також знайшов своє глибоке відображення на сторінках видання. «Читомо» досліджує економіку книготоргівлі: від вартості оренди приміщень у центрі столиці до концепції книгарні як «третього місця» – простору, куди люди приходять не лише за покупкою, але й за спілкуванням, кавою та атмосферою. Розлогі інтерв'ю з менеджерами та засновниками таких бізнесів створюють відкриту базу знань, яка надихає нових підприємців інвестувати у роздрібну книжкову торгівлю навіть під час війни.

З початком повномасштабного російського вторгнення роль «Читомо» трансформувалася і розширилася, набувши ознак документалістики та правозахисту. В умовах, коли культура стала мішенню для ворога, медіа взяло на себе місію фіксації втрат і злочинів проти української ідентичності. Редакція веде болючий, але необхідний реєстр зруйнованих бібліотек на деокупованих територіях, знищених друкарень (як це було з трагічним ударом по поліграфічному комплексу «Фактор-Друк» у Харкові) та пошкоджених книгарень. Журналісти видання збирають інформацію про письменників, перекладачів, бібліотекарів та видавців, які пішли на фронт або стали жертвами російського терору, таких як Вікторія Амеліна, Володимир Вакуленко, Максим Кривцов. Паралельно з цим, «Читомо» літописує неймовірну стійкість індустрії. Історії про те, як харківські видавництва продовжують друкувати книжки під щоденними обстрілами, як вимушено переміщені підприємства відновлюють роботу на заході України, і як українці скуповують накладі прямо з-під завалів на знак підтримки – це не просто журналістика, це створення національного міфу про незламність.

Окремим і надзвичайно важливим вектором роботи «Читомо» стала міжнародна діяльність та культурна дипломатія. Усвідомлюючи, що українська культура повинна бути інтегрована у світовий контекст, щоб протистояти російській пропаганді, редакція запустила англomовну версію сайту – Chytomo English. Це рішення перетворило медіа на головне джерело інформації про українську літературу для західного світу. Іноземні видавці, літературні агенти, організатори міжнародних

фестивалів тепер мають зручний та фаховий ресурс, де можуть дізнатися про українських авторів, грантові програми на переклад (наприклад, від Українського інституту книги) та тенденції нашого ринку. Публікації англійською мовою безпосередньо сприяють продажу прав на українські книжки за кордон. Завдяки цій невидимій, але системній роботі, українські автори сьогодні звучать десятками мов світу, їхні книги з'являються на полицях європейських та американських книгарень, а Україна сприймається не лише як територія війни, але і як країна з глибокою, сучасною і потужною культурою.

«Читомо» також виступає ключовим інформаційним партнером найбільших книжкових подій країни, таких як «Книжковий Арсенал» у Києві та Lviv BookForum. Видання не просто анонсує заходи, а створює глибокі аналітичні матеріали за їхніми підсумками, фіксуючи зміну суспільних настроїв через призму того, що саме купують і читають люди. Якщо раніше в топах продажів могла бути перекладна бізнес-література чи легкий фікшн, то завдяки моніторингу «Читомо» ми бачимо, як суспільство масово розвернулося до пізнання власного минулого, скуповуючи праці з історії України, збірки розстріляного відродження, сучасну воєнну репортажистику та поезію. Медіа тонко відчуває і транслює цей запит на перевірку власної ідентичності.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що онлайн-медіа «Читомо» є не просто спостерігачем, а повноцінним творцем сучасного українського книжкового ринку. Воно виконує функцію його нервової системи, яка передає імпульси від читачів до видавців і навпаки. Його діяльність доводить, що фахова, незалежна культурна журналістика здатна мати реальний економічний вимір, впливаючи на тиражі, стимулюючи появу нових бізнесів і формуючи стандарти якості. Завдяки системній роботі цього ресурсу, українська книжка стала видимою – для власної держави, для масового читача і для всього світу. В умовах глобальної боротьби за виживання, «Читомо» захищає один із найважливіших фронтів – фронт українського слова та сенсів, доводячи, що інвестиції в культуру та читання є інвестиціями у майбутнє нації.

Список використаних джерел

1. Гандзюк В.О. Вплив контенту інтернет-реклами на сучасного українського споживача. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського : Науковий журнал. Серія: Філологія. Журналістика. Т. 32 (71), № 2. Ч. 2. К., 2021. С. 243-248.

2. Книжковий ринок-2025 – кілька висновків без оптимізму. *Читомо* Культура читання і мистецтво книговидання Усе про книги Читомо - портал про культуру читання і мистецтво книговидання. URL: <https://chytomo.com/knyzhkovyj-rynok-2025-kilka-vysnovkiv-bez-optymizmu/> (дата звернення: 17.04.2026).

3. Популярні українські видавництва. Сенс – інтернет-магазин любові до книги. URL:https://sens.in.ua/populiarni-ukrainskivydavnytstva/?srsltid=AfmBOoqEIJvDZO4S4ByK5gfKQgw7_DcAm9ZlIXMq7atS3clt3Kl9gSn5 (дата звернення: 17.04.2026).

4. Chapter Ukraine: з'явилася французька версія цифрової платформи з українськими книжками в перекладі. *Читомо Культура читання і мистецтво книговидання Усе про книги Читомо - портал про культуру читання і мистецтво книговидання*. URL:<https://chytomo.com/chapter-ukraine-z-iavylasia-frantsuzka-versiia-tsyfrovoi-platformy-z-ukrainskymy-knyzhkamy-v-perekladi/> (дата звернення: 17.04.2026).

Науковий керівник: Гандзюк В.О., доцент, декан факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха, кандидат наук із соціальних комунікацій.

Тетяна Рибак

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Уманського національного університету

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА РИЗИКИ ВИКОРИСТАННЯ МЕСЕНДЖЕРА TELEGRAM У МЕДІАПРОСТОРИ

Розкрито особливості месенджера Telegram як одного із головних глобальних медіацентрів, особливо в Україні, де після 2022 року він став основним джерелом новин. Визначено причини популярності месенджера Telegram, зокрема, швидкість поширення інформації, зручність, анонімність та відсутність цензури. Проаналізовано ризики використання месенджера Telegram та перспективи його розвитку.

Ключові слова: інформаційне суспільство, трансформація медіа, традиційні медіа, цифрові платформи, соціальні мережі, Telegram.

У сучасному інформаційному суспільстві відбувається стрімка трансформація засобів масової інформації. Традиційні медіа, такі як друковані газети та інформаційні сайти, поступово втрачають свою домінуючу роль, поступаючись цифровим платформам і соціальним мережам. Однією з найбільш популярних платформ для отримання новин сьогодні є месенджер Telegram, який активно використовується як джерело оперативної інформації.

За даними Statista, станом на 2025 рік кількість активних користувачів перевищила 900 мільйонів а в 2026 році, а у 2026 році Telegram