

є той факт, що про британських і американських вчених, зокрема про їх відкриття, ми дізнаємося значно раніше, ніж про доробки вітчизняних дослідників. Тому нам необхідно проаналізувати кількість науково-популярних журналів в Україні та виявити шляхи покращення ситуації на ринку.

Scientific Social Community виділяє новинки сучасного українського ринку науково-популярних видань, до складу яких входять: «Журнал із соціальної критики», «Світогляд», «Країна знань», «Колосок», «Станіславський натураліст», «Куншт», «Science». Проте такий журнал як «Куншт» вже перейшов до онлайн-формату, а дитяча науково-популярна література має бути окремо класифікована. Офіційно сьогодні в Україні виділяють 50 науково-популярних видань, на які можна оформити підписку, серед яких 27 — власне українського виробництва, а 13 — українською мовою, один з яких — календар знаменних і пам'ятних дат.

Отже, сьогодні в Україні існує 13 зареєстрованих науково-популярних видань, які потребують якісного контент-аналізу, адже наразі відсутність масово популярної періодичної преси українською мовою унеможливорює розвиток науково-популярної літератури, яка б висвітлювала доробки українських вчених.



УДК 070:305(043.2)

© **Каріна Лагутова**, аспірантка, ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, 2020 р.
Науковий керівник: О. В. Тришук, д-р наук із соц. комунікацій, проф., ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського

ХАРАКТЕРИСТИКА УКРАЇНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА ГЕНДЕРНОЇ ТЕМАТИКИ

Examples of educational Ukrainian Internet media on gender topics are given. Their main common characteristics are identified.

Активізація гендерного дискурсу в Україні спричинила появу інтернет-медіа гендерної тематики, наприклад: «Гендер в деталях», «50 %», «Повага», «Gender Museum», «Gender Culture Centre». Усі ці видання проводять просвітницьку діяльність щодо гендерної рівності.

Вони мають такі спільні характеристики: 1) функціонують за підтримки неурядових неприбуткових організацій (Національний демократичний інститут міжнародних справ в Україні, Фонд імені Гайнріха Бюлля в Україні, Фонд «Мама Cash», Департамент міжнародного розвитку Великої Британії в рамках Фонду розвитку ефективного врядування тощо); 2) жінки є засновницями та редакторками ресурсів; 3) створюють бібліотеки видань, навчальних матеріалів, словників, методичних рекомендацій щодо дотримання гендерної рівності (посібник «Гендерний погляд», «Словничок фемінітивів» тощо); 4) анонують проведення заходів (публічних дискусій, презентацій, виставок тощо); 5) проводять власні дослідження (наприклад: «Моніторинг сексистської реклами 01 квітня – 31 травня 2019 року»); 6) мають активні та сторінки в соціальній мережі Facebook, що постійно оновлюються; 7) публікують посилання на додаткові мультимедійні матеріали (відео-, аудіоматеріали та зображення з наочними прикладами).



УДК 070.19

© **Валентина Вареник**, аспірантка, ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, 2020 р.
Науковий керівник: О. В. Тришук, д-р наук із соц. комунікацій, проф., ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського

ВПЛИВ КОНВЕРГЕНЦІЇ НА ГАЛУЗЕВІ ПЕРІОДИЧНІ ВИДАННЯ

Article reveals influence of media convergence on trade press. It is shown that the trade press changes according to demands of professional community, whose needs it serves.