

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ

НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ В МЕДІАГАЛУЗІ

**NEW TENDENCIES IN
MEDIA COMMUNICATIONS**

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
СТУДЕНТІВ ТА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

КИЇВ – 2023

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут журналістики

НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ В МЕДІАГАЛУЗІ

Збірник матеріалів
Всеукраїнської науково-практичної конференції
студентів та молодих вчених

4 квітня 2023 року

Київ – 2023

Новітні тенденції в медіагалузі : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (Київ, 4 квітня 2023 р.). – К. : Навчально-науковий інститут журналістики, 2023. – 20 с.

До збірника ввійшли матеріали і тези доповідей, подані учасниками Всеукраїнської науково-практичної конференції «Новітні тенденції в медіагалузі» (4 квітня 2023 року, Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка) до її Організаційного комітету. Тексти публікуються в авторській редакції. За науковий зміст і якість поданих матеріалів відповідають автори, а також (для студентів та аспірантів) наукові керівники.

ЗМІСТ

Фіялка С.

ТЕМАТИКА БІЖЕНЦІВ ТА ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ У
МЕДІАПРОСТОРІ УКРАЇНИ І СВІТУ 5

Майданюк Д.

РОЛЬ ЗМІ ПІД ЧАС ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ 9

Ткаченко О.

ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ДИТЯЧИХ
ВИДАНЬ В УКРАЇНІ 13

Грисюк В., Орел А.

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СПРИЙНЯТТІ ЛІТЕРАТУРИ ТА
МИСТЕЦТВА 16

ТЕМАТИКА БІЖЕНЦІВ ТА ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ У МЕДІАПРОСТОРІ УКРАЇНИ І СВІТУ

З початком повномасштабної воєнної агресії Російської Федерації мільйони українців вимушено покинули власні домівки, ставши внутрішньо переміщеними особами (в Україні) або біженцями чи особами під тимчасовим захистом (за кордоном). Відтак висвітлення життя українців, які вимушено змінили місце свого проживання, опинилося в центрі уваги медіа, а тематика і ракурс значною мірою залежать від формату та мети засобу масової комунікації.

Під час війни медіаматеріали про вимушених мігрантів набувають значного поширення, оскільки зміна місця проживання стала драматичним періодом у житті мільйонів українців, котрі залишили свої домівки, та істотно впливає на суспільно-політичні процеси в Україні і світі.

Мета публікації – окреслити напрями висвітлення життя українців, які були змушені змінити місце проживання внаслідок повномасштабної воєнної агресії Російської Федерації.

Тематика біженців та внутрішньо переміщених осіб опинилася в центрі уваги як українських, так і зарубіжних науковців. Зокрема, висвітлюються масштаби та наслідки вимушеної міграції населення України внаслідок збройної агресії Російської Федерації [1; 2]; досвід комунікації держав, які приймали вимушених мігрантів, напрями їх медіапідтримки [3]; вплив уявлень про «європейську міграційну кризу»/«європейську кризу біженців» на європейський інтеграційний проєкт [4].

М. Бірюкова, І. Рущенко, Н. Ляшенко та С. Григор'єва за результатами опитування 1170 осіб оцінили вплив соціального капіталу на вибудовування стратегій і тактик під час ухвалення рішення про переміщення за кордон. Консолідуючим фактором, що згуртував опитаних у стійку соціальну групу, стала готовність респондентів ідентифікувати себе українцями. Встановлено, що більшість опитаних осіб – це представники середнього класу, які мають родину й дітей, зайняті в різноманітних галузях господарства (освіта, наука, ІТ-сфера, сфера послуг), самозайняті й власники бізнесу, а спонукальним мотивом до евакуації для них стала передусім тривога за життя родини [5].

¹ **Фіялка С.**, кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка кафедри видавничої справи та редагування Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського».

Як бачимо, ідеться, насамперед, про вивчення явища вимушеної міграції з юридичної, економічної, демографічної, психологічної точок зору, натомість медіаобраз біженців та внутрішньо переміщених осіб досі є фрагментарним. При цьому використання терміна «біженець», зокрема в журналістських матеріалах, далеко не завжди є коректним з юридичної точки зору щодо правового статусу громадян, які перебувають у країнах Європейського Союзу, де одним з найпоширеніших правових механізмів, що діють стосовно українців, є тимчасовий захист.

Українські і зарубіжні медіа висвітлюють тематику вимушених мігрантів (біженців, осіб під тимчасовим захистом, внутрішньо переміщених осіб) у вигляді новин, репортажів, аналітичних матеріалів тощо. Зокрема, повідомляють новини про поточні події, що стосуються життя цих людей; про законодавчі рішення щодо умов проживання вимушених мігрантів за кордоном; про проблеми, з якими вони стикаються; про культурні заходи та політичні акції, ініційовані українцями; про роботу за кордоном, у тому числі йдеться про історії українських біженців, які зуміли знайти роботу та успішно інтегруватися в нову країну); про сприйняття вимушених мігрантів місцевим населенням (прояви доброзичливості або ж, навпаки, негативного ставлення); конфліктні ситуації тощо. Новини передають основні факти, пов'язані з подією, та дають читачеві коротку інформацію про те, що сталося.

Більш детальну інформацію про подію, включаючи відомості про її перебіг, контекст, аналіз та коментарі, охоплюють репортажі. Вони передають атмосферу, настрій та емоції, пов'язані з подією, іноді містять інтерв'ю з учасниками події. Трапляються репортажі в різних жанрах, наприклад статті з підвищеним рівнем літературності або розвідки – статті, в яких детально розглядається конкретне питання з різних сторін. Репортажі мають як письмову форму, так і візуальний формат, як, наприклад, фото- або відеорепортаж.

З аналітичних матеріалів щодо тематики вимушених мігрантів можна виокремити такі напрями:

1. Політична аналітика: дослідження того, які політичні фактори впливають на забезпечення захисту вимушених мігрантів у різних країнах та регіонах.
2. Економічна аналітика: вивчення економічних наслідків, які виникають унаслідок прийняття вимушених мігрантів у нові країни та регіони.
3. Соціологічна аналітика: дослідження того, які соціальні та культурні фактори впливають на інтеграцію вимушених мігрантів.

4. Аналітика щодо допомоги вимушеним мігрантам: вивчення різних програм та проєктів допомоги, наприклад забезпечення житлом, навчання мови та підтримка інтеграції в нову країну.

5. Аналіз прав людини: вивчення того, які права вимушених мігрантів порушуються, та рекомендації щодо захисту цих прав.

6. Аналіз геополітики: дослідження того, які геополітичні фактори впливають на напрями вимушеної міграції.

7. Аналіз гуманітарної допомоги: вивчення того, які гуманітарні організації надають допомогу вимушеним мігрантам та як цю допомогу можна поліпшити.

8. Аналіз взаємодії вимушених мігрантів з місцевими спільнотами, зокрема з росіянами, які проживають за кордоном.

9. Аналіз проблем, з якими доводиться стикатися вимушеним мігрантам: бюрократія; медична система; психологічна адаптація; складність у пошуку житла або важкі умови проживання в соціальному житлі; брак місць у дитсадках; освітні труднощі тощо.

В окремих медіаматеріалах подеколи простежується негативний підтекст, наприклад в українському медіапросторі поширюється інформація, ніби переселенці зі сходу України поводяться в західних областях як туристи [6]; новини про «правопорушників з Донецька»; гострі та провокативні історії про переселенців та демонстративні випадки їхньої «неповаги до української мови» / «неповаги до україномовних» або ж, навпаки, випадки негативного ставлення місцевих до внутрішньо переміщених осіб; публікації, що містять цькування українців, які виїхали за кордон: «повтікали», «розважаються по Європах», «отримують виплати та соціальне житло». У зарубіжних медіа з'являються повідомлення про скандали за участю українців чи про те, що за кордоном погіршилося ставлення до українців; меседжі, що українці не готові працювати, щоб забезпечити себе, а лише живуть за рахунок податків європейців; стереотипні заяви про біженців як загрозу національній безпеці тощо. Іноді до виникнення спотворених уявлень про вимушених мігрантів призводить надмірна сенсаційність. При цьому маніпуляції про життя українців за кордоном зазвичай будуються на російських наративах.

Отже, до найпоширеніших медіаматеріалів, що стосуються життя вимушених мігрантів, належать новини, репортажі, аналітика. Нерідко медіаматеріали містять інтерв'ю з біженцями (особами, які перебувають під тимчасовим захистом) чи внутрішньо переміщеними особами. Такий формат дає змогу почути історії з перших вуст та привернути увагу до проблем і потреб людей, які були вимушені змінити місце проживання у зв'язку з повномасштабною воєнною агресією Російської Федерації. Аналітика про причини війни та її вплив

на життя людей і світову економіку, політику може допомогти встановити ширші контексти, в яких відбувається міграційна криза. Історії успіху вимушених мігрантів демонструють потенціал українців, їхню жагу реалізувати його й забезпечувати добробут своїх родин насамперед власною працею, а не за рахунок соціальної допомоги.

До негативних тенденцій у висвітленні життя вимушених мігрантів належать різні типи маніпуляцій та дезінформації, що стосуються біженців (осіб під тимчасовим захистом) та внутрішньо переміщених осіб. Ідеться, насамперед, про поширення стереотипів, фейкових повідомлень або використання вибіркової інформації, що спотворює висвітлення певної ситуації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Gerlach I., Ryndzak O. Ukrainian migration crisis caused by the war // *Studia Europejskie-Studies in European Affairs*. 2022. Vol. 26.2. P. 17–29.
2. Лібанова Е., Позняк О., Цимбал, О. Scale and consequences of forced migration of the population of Ukraine as a result of armed aggression of the Russian Federation // *Demography and Social Economy*. 2022. Vol. 48(2). P. 37–57. <https://doi.org/10.15407/dse2022.02.037>
3. Коджухарі В. «Нас зустрічали, як рідних»: українські вимушені мігранти в Республіці Молдова // *Patrimoniul cultural de ieri – implicații în dezvoltarea societății durabile de mâine*. Ediția 6, 27-28 septembrie 2022, Chișinău. Iași – Chișinău. P. 208–215.
4. Каменчук Т. «Європейська міграційна криза» як виклик єдності Європейського Союзу // *Політичне життя*. 2022. Вип. 1. С. 36–42.
5. Біженці і внутрішньо переміщені особи російсько-української війни: соціальні характеристики й практики / М. Бірюкова, І. Рущенко, Н. Ляшенко, С. Григор'єва // *Науково-теоретичний альманах Грані*. 2022. Вип. 25(6). С. 143–156. <https://doi.org/10.15421/172282>
6. Кротюк В. Тренди дезінформації під час війни // *Український соціум: соціально-політичний аналіз сучасності та прогноз майбутнього* : зб. матеріалів XXIV Всеукр. наук. конф. викладачів, молодих науковців і студентів (м. Харків, 25 листоп. 2022 р.) / М-во освіти і науки України ; Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого ; Харків. асоц. політологів. Харків : Право, 2022.

РОЛЬ ЗМІ ПІД ЧАС ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ

Вступ. Засоби масової інформації (ЗМІ) є головним джерелом інформації для кожного суб'єкта, індивіда. ЗМІ мають певну вагу при утворенні образу держави як суб'єкта політичної діяльності за кордоном, а політика видання, каналу, сайту, безпосередньо впливає на підтримання образу держави серед населення та на міжнародній арені.

Вивчення сучасних збройних конфліктів, причин їх виникнення і розвитку у зв'язку із глобальними політичними процесами є актуальним і займає важливе місце в системі сучасних міжнародних відносин. Категорія «збройний конфлікт» у міжнародних відносинах вперше застосовується у Женевських конвенціях 1949 р. разом з терміном «війна», зокрема, вживається поняття «міжнародний збройний конфлікт» і «неміжнародний збройний конфлікт» [1].

Під час збройних конфліктів важливу роль відіграє висвітлення актуальних подій, новин, їх експертної оцінки, прогнозування подальшого розвитку тощо. тому ЗМІ відіграють безсумнівно важливу роль у житті суспільства як серед громадян держави, так і за її межами. Водночас питання щодо ролі ЗМІ у сферах суспільного життя, їх впливу на сприйняття та оцінку подій, що відбуваються або можуть відбутись, а також розуміння інших факторів є досі актуальними.

Мета - дослідити роль ЗМІ як джерела інформування та консолідації суспільства під час збройних конфліктів.

Результати дослідження та їх обговорення. Засоби масової інформації завжди були і є тим самим «містком» між народом і державою, який забезпечує народ інформацією, а державу – зв'язком з народом. Так, у своїй праці «Роль засобів масової інформації у висвітленні збройних конфліктів у світі: теоретичний підхід» Л. Богуш пише: «Відомо, що ЗМІ формують думку аудиторії про будь-яке явище та його наслідки, надають можливості перетворити маленький конфлікт на велике протистояння або, навпаки, – швидко нівелювати серйозну проблему. Саме від ставлення ЗМІ до події, їхньої упередженості та заангажованості значною мірою залежить перебіг самого конфлікту. Тому вивчення ролі ЗМІ під час конфліктів набуває дедалі більшої актуальності» [2].

² **Майданюк Д.**, студентка 4 курсу ОП «Ведучий програм телебачення» Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Указами Президента України №№152/2022, 151/2022 від 19 березня 2022 року введено в дію рішення Ради нацбезпеки і оборони (РНБО) України про "Реалізацію єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану" і про "нейтралізацію загроз інформаційній безпеці держави", де єдина інформаційна політика зазначена як пріоритетне питання національної безпеки. Єдина інформаційна політика реалізується шляхом об'єднання всіх загальнонаціональних телеканалів, програмне наповнення яких складається переважно з інформаційних та/або інформаційно-аналітичних передач на єдиній інформаційній платформі стратегічної комунікації - цілодобовому інформаційному марафоні "Єдині новини UA Разом". Це вочевидь підтверджує важливу роль ЗМІ у формуванні загальної оцінки та сприйнятті подій.

Вважається, що в демократичній державі політичні висновки та їх сприйняття суспільством напряму залежить від соціального подання. Відповідно до цього, в державі, де значну роль виконують ЗМІ, ці висновки впливають на формування поглядів, інтереси та уявлення громадськості.

Важливо звернути увагу на політику зарубіжних ЗМІ. Наприклад, одним з основних правил діяльності багатьох іноземних засобів масової інформації є заборона будь-яких контрольних операцій або обмежень ЗМІ з боку влади. Це забезпечує незалежність преси та незалежність слова. Тобто ЗМІ мають бути позбавлені від потенційної цензури з боку влади. У разі, якщо хтось (громадянин, громадський діяч, підприємець тощо) планує вплинути на хід публікації, йому потрібно довести необхідність таких дій в суді [7].

Цікавою є теорія впливу новинних засобів масової інформації на громадську думку американських дослідників М. Маккомбс і Д. Шоу [6]. Визначено, що суспільство воліє встановлювати на перше місце те, що було доведено. В процесі розгляду матеріалів, вчені зробили прогнозований висновок про те, що погляди на подію в значній мірі формуються саме засобами масової інформації. Однак засоби масової інформації також формують новинну подію, припускаючи, що вона знайде відображення серед аудиторії. Відповідно до цього, в разі, якщо проблема не знайде аудиторію, подальшого просування вона не отримає.

Слід зазначити, що, крім впливу на внутрішню аудиторію, образ країни у зовнішньому інформаційному просторі залежить від багатьох факторів та є не менш важливим.

Цікавим є дослідження, що стосується створення іміджу країни через призму інформаційного простору. Гіпотеза цього дослідження полягає в тому, що думка громадськості про ту чи іншу країну залежить від кількості і спрямованості публікацій в засобах масової інформації. Це дослідження було проведено в 1998

році американськими дослідниками Гайємом Голаном і Вейном Уанті і полягало в аналізі контенту чотирьох телевізійних каналів – ABC, CBS, CNN, NBC [7].

Результати цього дослідження довели тезу про те, як кількість опублікованих матеріалів впливає на сприйняття образу іншої держави. Наприклад, незначна кількість публікацій в американських ЗМІ про події військового конфлікту уряду США та Іраку не вплинуло на підвищення інтересу американської громадськості до теми конфлікту.

Дослідження Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова підтверджують тезу щодо ролі інтенсивності висвітлення подій в ЗМІ: «Існують докази того, що пильна увага преси до певних країн є ще більшою гарантією позитивного сприйняття цих країн з боку американців, ніж просто згадка цих країн на сторінках газет» [3].

Висновки. В даному дослідженні було з'ясовано роль ЗМІ у зовнішньому та внутрішньому інформаційних просторах. ЗМІ відіграють важливу роль у консолідації суспільства, врегулюванні політичних конфліктів, формуванні сприйняття та оцінки подій. Їхня діяльність набуває особливої ваги під час збройних конфліктів, як серед громадськості країни, так і у зовнішньому інформаційному просторі, а саме створенні міжнародного іміджу держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Батрименко О. В. Особливості сучасних збройно-політичних конфліктів: автореф. дис.... канд. політ. наук : 23.00.02 . Київ. 2006. 18 с.
2. Богуш Л.А Роль засобів масової інформації у висвітленні збройних конфліктів у світі: теоретичний підхід // *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т 32 (71). № 4. Ч. 3. С. 291–295.
URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4_2021/part_3/50.pdf
3. Гнатюк С. Формування позитивного міжнародного іміджу української держави в інформаційному просторі: Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова. URL: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/December2009/02.htm>
<https://news.obozrevatel.com/ukr/society/gennadij-karpyuk-voni-pochinayut-i-zavershuyut-informatsijnu-dobu-kraini.htm>
4. Горевалов С., Зикун Н. Військові ЗМК в інформаційному просторі України: Завдання й перспективи розвитку // *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2013. Вип. 38. С. 250–256.
5. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації: Посібник рекомендацій для працівників ЗМІ / М. Бурменський та ін. К : «Компанія ВАІТЕ», 2016. 118 с. URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/9/3/254531.pdf>

6. Зорич О. О. Громадський досвід протидії антиукраїнській інформаційній війні // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса. 2015. Випуск 3. С. 237-247.
7. Іванова О. Управління громадською думкою в умовах інформаційного суспільства: стратегічний підхід // Збірник наук. праць Одеський національний університет імені І. І. Мечникова Діалог: медіастудії. 2018. Вип. 24. С. 6- 41.
8. Карпюк Г. Вони починають і завершують інформаційну добу країни// Obozrevatel. 2019. URL:<https://news.obozrevatel.com/ukr/society/gennadij-karpyuk-voni-pochinayut-i-zavershuyut-informatsijnu-dobu-kraini.htm>.

ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ДИТЯЧИХ ВИДАНЬ В УКРАЇНІ

Активна цифровізація сприяє збільшенню кількості електронних примірників книжкових видань. Перевагою таких книг є менша ціна, зручність використання та доступність. Більшість видавництв на своїх сайтах виокремлюють електронні книжки в самостійний розділ, що вже є показником попиту на цей тип видання. Що ж стосується електронної дитячої книги, то ця тема є менш досліджуваною через свою специфіку.

Метою дослідження є виявлення особливостей функціонування електронних дитячих видань для різних вікових категорій (на прикладі видавництв «Віват», «Ранок» та «Видавництво Старого Лева»).

В. Кизилова виділяє два підходи до дитячої літератури: педагогічний, який фокусуються на навчальній та виховній функції видань, та психологічний, який оснований на вікових особливостях [1, 237].

Зважаючи на це, видавці повинні брати до уваги, що не для всіх вікових груп потрібно створювати електронний аналог паперової книги. Дітям дошкільного віку, які ще не можуть самостійно читати, важливо сприймати книгу саме на дотик, перегортати сторінки, водити пальцем по рядках тексту та ілюстраціям тощо. Юнацтву та підліткам, які вже віддають перевагу текстовому матеріалу, електронні книги є зручними для читання, адже більшість дітей цієї вікової категорії вже активно використовують гаджети у своєму дозвіллі.

За ДСТУ 29-62002 «Видання для дітей. Поліграфічне виконання.» Дитячі видання діляться на 4 групи:

- I група – видання для дітей віком до 5 років включно;
- II група – видання для дітей віком від 6 до 10 років включно;
- III група – видання для дітей віком від 11 до 14 років включно;
- IV група – видання для підлітків від 15 до 18 років включно [2].

Видавництво «Віват» на своєму сайті має лише 7 електронних дитячих книг, всі вони розраховані на дітей 9-12 років – 4 книги та підлітків – 3 книги, тобто для I вікової групи електронні книги відсутні. На сайті запропоновані книги лише

³ Ткаченко О., студентка 4 курсу факультету журналістики Запорізького національного університету.

двох жанрів – пригоди і фентезі. При перегляді видання доступна функція «безкоштовний зразок», де можна ознайомитися з першими 20-40 сторінками книги, отже для попереднього перегляду доступно приблизно 10%, що дає змогу зрозуміти підходить видання дитині чи ні [3].

Фонд електронних дитячих видань видавництва «Ранок» налічує більше 100 одиниць. На сайті однаково представлено книги для всіх вікових категорій: для I групи – 11 книг, для II групи – 30 книг, для IV групи – 9 книг; для I та II груп – 25 книг, для II та III груп – 35 книг, для III та IV груп – 7 книг, для II, III та IV груп – 8 книг. Видання, які розраховані лише на III групу відсутні. В окрему рубрику виділено книги для читання дітям та книги для підлітків, тоді як всі інші розподілені лише за жанрами. На сайті запропоновані книги різної тематики: комікси, фантастика і фентезі, пригоди, енциклопедії тощо. З переліку видань можна простежити, що електронні аналоги створені для багатьох серій дитячих книг, їх понад 10 [4].

Більше 200 електронних дитячих видань можна знайти на сайті «Видавництва Старого Лева». Представлено книги для всіх вікових категорій та на відміну від інших видавництв є чіткий розподіл книг за віком: 0-2, 3-5, 6-8, 9-12, 12-15, 16+: для дітей до 5 років включно (I група) – 14 книг, для дітей 6-8 років (II група) – 90 книг, для дітей 9-12 років (II та III група) – 53 книги, для дітей 12-15 років (III та IV групи) – 44 книги, для дітей 16+ (IV група) – 11 книг. В окремі рубрики винесено книги для підлітків, дитячі книги для читання та вірші для дітей. Тематика книг також має широкий вибір, але переважають ілюстровані історії та казки [5].

Аналіз отриманих результатів дає підстави стверджувати про неузгодженість основних нормативних документів щодо вікових груп, адже багато дитячих видань розрахована одразу на дві вікові категорії.

Варто також зазначити, що електронні книги всіх аналізованих видавництв є виключно аналогом паперових, а не самостійними виданнями. Це пояснюється тим, що більшість електронних варіантів виходять вже після того як видавництво розпочало продаж паперової книги. Наприклад, видання «Дослідник» Ранделла Кетріна було опубліковано видавництвом «Віват» у 2020 році, а електронний варіант книги став доступний лише у 2021 році.

Отже, одним з перспективних напрямків є створення самостійних електронних дитячих видань. Наразі ми не можемо виокремити електронні дитячі видання як тенденцію роботи видавництв, адже вони перебувають лише на початковій стадії розвитку. Видавництва повинні зважати на специфіку вікових груп читацької аудиторії. Електронні дитячі видання, як і друковані, повинні виконувати свої

основні функції, тому важливо, щоб дитина могла вільно сприймати інформацію, подану в книзі та засвоїти її.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кизилова В. В. Дитяча література: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми слов'янської філології* : Міжвуз. зб. наук. ст. / [відп. ред. В. А. Зарва]. Донецьк : ТОВ "Юго-Восток, Лтд", 2009. Вип. XX : Лінгвістика і літературознавство. С. 236–240.
2. ДСТУ 29-62002 Видання для дітей. Поліграфічне виконання. [Чинний від 2002.08.01]. URL: <http://www.chytomo.com/standards/vydannya-dlya-ditey-polihrafichnevykonannya-hstu29-62002>
3. Електронні книжки видавництва «Віват». URL : <https://vivat-book.com.ua/detskaya/>
4. Е-книги видавництва «Ранок». URL : <https://www.ranok.com.ua/cat/dityacha-literatura-4.html?ebook=1>
5. Електронні книги «Видавництва Старого Лева». URL: <https://starylev.com.ua/bookstore/category--elektronni-knyzhky/age--2/age--3/age--4/age--5/age--6/age--7>

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СПРИЙНЯТТІ ЛІТЕРАТУРИ ТА МИСТЕЦТВА

Сучасний комунікаційний ландшафт вирізняється тим, що соціальні мережі займають в ньому особливе місце. Вони використовуються як для масової комунікації, так і для міжособистісного спілкування. Соцмережі служать платформами для соціальних груп і окремих осіб для обміну інформацією. Одним із особливих факторів, що притаманні соціальним мережам, є зворотній зв'язок, який можна отримати дуже легко та швидко з будь-якої точки світу. В свою чергу спілкування на цих платформах може бути структурованим або імпровізованим, що наближує соціальні мережі більшою мірою до усної комунікації, аніж до традиційних ЗМІ: телебачення, радіо та преса [1].

Дослідження ролі соціальних мереж у сприйнятті літератури та мистецтва є доцільним у зв'язку з потребою вивчення нових підходів до аналізу культурних процесів, враховуючи новітні інформаційні технології та те, як вони змінюють сучасне суспільство.

Мета дослідження – визначення ролі соціальних мереж у сприйнятті літератури та мистецтва серед користувачів. **Завдання** – проаналізувати теоретичні джерела та провести власне дослідження в соціальних мережах, таких як Instagram, Twitter, TikTok. **Джерела дослідження:** наукові праці українських та іноземних вчених, а також контент соціальних мереж.

Значення соціальних мереж у сучасному суспільстві неможливо переоцінити, оскільки вони є динамічним засобом комунікації. Вони служать платформою для громадських і комерційних ініціатив; дозволяють користувачам створювати контент та безперешкодно ділитися ним з широкою аудиторією. На платформі TikTok користувачу взагалі не потрібно мати жодної аудиторії для того, аби мати можливість отримати мільйони переглядів на відео. Алгоритми працюють таким чином, що “вірусним” може стати абсолютно будь-яке відео з будь-яким вмістом. Соціальні мережі також створюють особливий стиль поведінки, який раніше був непритаманний людям. Через потребу схвалення з боку аудиторії користувачі інколи репрезентують свій штучно створений «медіа-образ».

⁴ **Грисюк В.**, доктор філософії з журналістики кафедри журналістики та нових медіа Київського національного університету імені Бориса Грінченка.

⁵ **Орел А.**, студентка 4 курсу факультету журналістики Київського національного університету імені Бориса Грінченка.

Психологи та соціологи визнають соціальні мережі глобальним культурним феноменом, що сформував нове покоління з іншими ідентифікаційними параметрами, які сприймають віртуальну реальність як реальне середовище. Ця поява нового середовища існування людини вже призводить до зміни архетипів і соціальних взаємодій у суспільстві [2].

Саме зміна соціальних взаємодій та норм і є одним із важелів впливу на сприйняття літератури та мистецтва. З цим пов'язана й проблема культури відміни. Термін “культура відміни”, чи “культура скасування” описує практику публічного цькування чи бойкоту окремих осіб/груп за їхні дії чи заяви, що вважаються образливими або неприйнятними у суспільстві. Це передбачає припинення підтримки та використання будь-яких продуктів автора для підвищення обізнаності та заохочення інших робити те саме. Культура скасування викликає безліч дискусій: дехто стверджує, що вона сприяє підзвітності та посилює маргіналізовані голоси, а інші вважають, що вона пригнічує свободу слова та заохочує встановлює цензуру. Незважаючи на це, культура відміни має помітний вплив на те, як автори та митці несуть відповідальність за свою поведінку та втрачають свою аудиторію.

Яскравим прикладом культури відміни у літературі є ситуація з авторкою серії книжок про Гаррі Поттера – Джоан Роулінг, яка була звинувачена у трансфобії через твіт, опублікований в червні 2020 року [4]. У цьому дописі Роулінг не зрозуміла визначення “люди, які менструують” та зіронізувала над тим, що раніше цей вид називали “жінками”. Суперечка продовжилася після того, як авторку ще раз звинуватили у трансфобії в її книзі «Смутна кров». ЗМІ широко висвітлювали інцидент, і багато людей закликали до її скасування (був створений хештег #RIPJKRowling). Письменниця намагалась пояснити свою позицію в серії твітів, які насправді лише погіршили ситуацію. У відповідь деякі актори із фільмів про Гаррі Поттера висловили свою стурбованість та засудили Роулінг за подібні висловлювання.

Ця ситуація досить сильно вплинула на сприйняття людьми історії про Гаррі Поттера, яка за останні 20 років стала культовою одразу для декількох поколінь. В соціальній мережі Twitter активісти досі заохочують бойкотувати книжки та фільми, а також просять позбавити Джоан Роулінг прав на ці твори [4].

Варто зауважити, що автори таких дописів у соцмережах (публічні і не публічні люди) «створюють текст чи аудіовізуальний контент з уже наявними (сформованими) поглядами та ярликами, за якими живе суспільство, частиною якого він є, у певний історичний період» [7, с.20]. Тож часто ці

автори й самі не усвідомлюють, що мають упередження щодо якихось тем чи проблем у суспільстві, а їхній світоглядні орієнтири не прогресують.

Окрім сексизму, расизму, трансфобії та гомофобії на сприйняття тої чи іншої творчості також впливають політичні чинники. Це ми зараз можемо спостерігати в українському культурному просторі. Наприклад, у випадку з Юрієм Андруховичем ми вже більш, як півроку можемо спостерігати процес його “скасовування” у Twitter, через його дискусію з російським письменником під час повномасштабної війни. Українці в соціальних мережах активно засуджують легімітизування Андруховичем російських медіа та “хороших росіян” своїм чималим авторитетом. Автора бойкотують, відмовляються купувати його книжки, а також виключають його з культурного дискурсу в мистецьких та літературних спільнотах.

Аудиторія більше не хоче мовчки споживати інформацію: є запит на зворотній зв'язок. Саме ця практика внесла зміни в традиційні ЗМІ. Соціальні медіа створили нову аудиторію, яка хоче мати право голосу, хоче висловлювати свою думку та створювати власний контент. Це також суттєво вплинуло на журналістику і те, як журналісти структурують свої тексти, як швидко публікують їх та в який спосіб спілкуються з аудиторією. Як наслідок, нині соціальні мережі мають значний вплив на інформаційний простір [5].

Станом на січень 2020 року 4,54 мільярда людей (або 5,9% населення світу) активно користуються інтернетом. Багато людей значною мірою покладаються на соціальні мережі. За оцінками, у 2019 році було 2,95 мільярда активних користувачів, які за прогнозами зростуть до 3,43 мільярда до кінця 2023 року [3]. Подібна довіра до соціальних мереж також зберігається на літературних і мистецьких каналах. Одними з найпопулярніших форматів того ж буктьюбу – є рецензії та відгуки на ті чи інші книжки. Проте часто найпопулярнішими з них стають саме емоційні, негативні відгуки – вони смішать та збуджують глядачів, тим самим формуючи в них наперед погане враження про твір.

Разом з тим поява літературних блогів призвела до створення проєктів, присвячених українським письменникам, їх творчості та літературним дискусіям. Для цього використовуються різні платформи, наприклад в Instagram це проєкт “Postril.ua”, який популяризує українську поезію та мистецтво на майже 45 тисячну аудиторію. Цей майданчик знайомить користувачів з українськими митцями, розповідає їхні біографії та показує мистецькі твори. Також тут можна знайти едукативні дописи щодо української культури та її відмінності від «шароварщини». Авторки проєкту також публікують вірші сучасних авторів, що допомагає їм розвиватися та залучати нову аудиторію.

Висновок. Роль соціальних мереж у сприйнятті аудиторією літератури та мистецтва важко переоцінити. Чимало користувачів отримують (та обговорюють) інформацію та новини про нові книжки, фільми, виставки, музичні альбоми саме через соціальні мережі, а це впливає на їх сприйняття культурних продуктів.

Соцмережі можуть впливати на сприйняття літератури та мистецтва в негативний спосіб, зокрема через поширення фейкової або неправдивої інформації про культурні продукти, а також через наративи масової культури.

Отже, соціальні мережі можуть бути як корисним інструментом для сприяння культурі та її розвитку, так і шкідливим фактором, який впливає на сприйняття культурних продуктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Динник, І. П. (2017). Соціальні мережі як засіб суспільного розвитку. Ефективність державного управління, (50).
2. Гончар, К. (2019). Соціальні мережі як інструмент сучасного мистецтва. Щорічний науковий журнал «Художня культура. Актуальні проблеми», (15 (2)), 13-16.
3. Shahwan, S. J. (2023). The Impact of Social Media on Literature. Arab World English Journal.
4. Катеринич, П. (2023). Cancelled or Not Cancelled? An Examination of the Jk Rowling Controversy: Understanding The Media Dynamics of Cancel Culture. Вісник науки та освіти, (1 (7)).
5. Остапчук, С. С., & Закомолдіна, А. Є. (2022). Роль соціальних мереж у сучасному медіапросторі.
6. Король, С. К. (2022). Вплив соціальних медіа на формування політичної культури сучасної української молоді.
7. Грисюк, В. П. (2018). Репрезентація сексуальності в українських онлайн-ЗМІ. Вісник Харківського національного університету імені ВН Каразіна. Серія «Соціальні комунікації», (14), 19-26.

Наукове видання

НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ В МЕДІАГАЛУЗІ

Матеріали

Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених

(Київ, 4 квітня 2023 р.)

Тексти друкуються в авторській редакції

Укладач *Євген Цимбаленко*

Макетування і верстка *Микола Романюк*

Формат 60X84/16. Ум. друк. арк. 0,9. Наклад 50. Зам. № 01.

Гарнітура Times New Roman. Електронне видання.

Підписано до друку 10.04.2023.