



ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

II Всеукраїнської науково-практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих науковців
«СУЧАСНИЙ МАСОВОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОСТІР:
ІСТОРІЯ, РЕАЛІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ»



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА ФІЛОЛОГІЇ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

II Всеукраїнської науково-практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих науковців
«СУЧАСНИЙ МАСОВОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОСТІР:
ІСТОРИЯ, РЕАЛІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ»

Суми, 25–26 травня 2023 р.

УДК 007 : 304 : 070

3641 **Збірник наукових праць** II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців «Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи». Суми : Сумський державний університет, 2023. 114 с.

До збірника увійшли наукові дослідження молодих науковців, аспірантів та студентів, учасників II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Дослідження пов'язані з комплексною програмою науково-дослідних робіт СумДУ, безпосередньо з науковим напрямом досліджень кафедри журналістики та філології у межах теми «Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи».

Для викладачів, учителів, науковців, аспірантів, докторантів, студентів та інших зацікавлених осіб.

3641 **Collection of scientific works** of the II All-Ukrainian scientific and practical conference of students, postgraduates and young scientists «Contemporary mass communication space: history, realities, prospects». Sumy : Sumy State University, 2023. – 114 p.

The collection includes scientific materials of young scientists, postgraduates and students, participants of the II All-Ukrainian scientific and practical conference of students, postgraduates and young scientists. The studies are related to the comprehensive program of research works of Sumy State University, directly with the scientific direction of research of the department of journalism and philology within the framework of the topic «Contemporary mass communication space: history, realities, prospects».

For lecturers, teachers, scientists, graduate students, doctoral students, students and other interested persons.

РЕДКОЛЕГІЯ: *Володимир Садівничий*, д-р наук із соц. комунік., голова; *Ірина Жиленко*, д-р філол. наук, заст. голови; *Тетяна Ковальова*, канд. наук із соц. комунік.; *Інна Сипченко*, канд. наук із соц. комунік.; *Ярослав Яненко*, д-р наук із соц. комунік.

EDITORS: *Volodymyr Sadivnychy*, D. Sc. (Social Communications), head; *Iryna Zhylenko*, D. Sc. (Philology), deputy head; *Tetiana Kovalova*, PhD (Social Communications); *Inna Sypchenko*, PhD (Social Communications); *Yaroslav Yanenko*, D. Sc. (Social Communications).

*Матеріали друкуються в авторській редакції.
The materials are printed in the author's editorial office.*

ІЗ ВДЯЧНІСТЮ ГЕРОЯМ:

**солдатам та офіцерам Збройних Сил України,
територіальної оборони та добровольчих формувань
за можливість в умовах війни
проводити навчальний процес та займатися наукою!**

**ВІРИМО В УКРАЇНУ!
БУДУЄМО ОСВІЧЕНУ УКРАЇНУ!**

ПЕРЕДАЧА ЗМІСТІВ ЯК ОСОБЛИВІСТЬ МЕДІАКУЛЬТУРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ МАЛИХ МІСТ УКРАЇНИ

Марина Отрішко,

аспірантка, Сумський державний університет

Внаслідок розвитку культурного простору сучасного міста в контексті особливостей медіакультури проаналізовано структуру інфопростору, що вибудовується завдяки взаємодії суспільно-економічних чинників. Інформаційна складова передачі змістів простежується у візуально-рекламному супроводі та забезпечує конкурентоспроможність міст. Позитивами медіакультури інформаційного простору малих міст України в передачі змістів медіакультури є масовість інформування, привернення уваги населення до конкретних проблем, активне, ненав'язливе сприймання інформації.

Ключові слова: *медіакультура, інформаційний простір, зміст, візуальний контент, візуалізація.*

CONTENT TRANSMISSION AS A FEATURE OF THE MEDIA CULTURE OF INFORMATION SPACE OF SMALL UKRAINIAN TOWNS

Maryna Otrishko,

Postgraduate student, Sumy State University

As a result of the development of the cultural space of the modern city in the context of the peculiarities of media culture, the structure of the infospace, which is built due to the interaction of socio-economic factors, is analyzed. The information component of content transmission can be traced in the visual advertising support and ensures the competitiveness of cities. The positives of the media culture of the information space of small cities of Ukraine in the transmission of the contents of media culture are the mass of information, attracting the attention of the population to specific problems, active, unobtrusive perception of information.

Keywords: *media culture, information space, content, visual content, visualization.*

Вступ. Малі міста України в контексті інформаційного простору є центрами концентрації культурного, наукового, промислового потенціалів, що супроводжує потужний сталий розвиток країни.

Контентна особливість медіакультури таких міст залишається поза увагою науковців, відтак дослідження цієї тематики є *актуальною*. Медіакультура інформаційного простору малих міст України - це якісна культурна політика, що сприяє розвитку депресивних територій, а використання культурного ресурсу – адаптації малих міст до сучасних умов. *Об'єктом* дослідження обрано медіакультуру інформаційного простору, *предметом* – особливість передачі змістів медіакультури в інформаційному просторі (на прикладі малих міст України). Завдання дослідження – з'ясувати передачу змістів розвитку креативного простору малих міст України; проаналізувати особливість медіакультури інформаційного простору малих міст України.

Теоретична база – проблеми «креативності» міста досліджували Х. Арендт, М. Вебер, Д. Гарві, І. Гердер, Дж. Гілфорд, Л. Мамфорд, Р. Парк, Р. Флорида та інші вчені. Питання вивчення

креативності міста, його характерних ознак, міського культурного простору, стали предметом досліджень таких науковців як О. Антонова, В. Безрукова, В. Болотова, І. Боршос, О. Грищенко, М. Грищенко, Р. Гуляк, К. Дмитренко, М. Карповець, М. Коцюба, В. Луніна, Л. Мачулін, О. Резніков, В. Родченко, І. Тищенко, К. Чурікова, А. Філіна.

Методологія дослідження. Для розв'язання поставлених завдань ми використовували такі методи: пошуковий – для накопичення матеріалу та кращого уявлення досліджуваної проблеми; аналіз і синтез – для можливості наукового обґрунтування понять, порівняльний метод – для аналізу зарубіжного досвіду розвитку креативності у містах.

Результати дослідження. За роки незалежності в Україні ратифіковано численні програми: «Культура», «Культурна столиця Європи», «Креативна Європа», «COMUS», регіональні програми «Київська ініціатива» та «Інтеркультурні міста». Так, вдалим прикладом культурного розвитку малих міст є програма Ради міністрів Європейського Союзу «Культурна столиця Європи», уведена в дію з 1985 р. за ініціативи Міністра культури Греції М. Меркурі. Програма ЄС «Культурна столиця Європи» ухвалена з метою демонстрації «європейській публіці особливостей культури певного міста, регіону або країни, зосередження в обраному місті значної частки культурних подій з інших країн-членів Євросоюзу», зближення країн шляхом співробітництва в культурній сфері [1]. Ідеєю програми «Культурна столиця Європи» є зміцнення культурних зв'язків між європейськими націями та підтримка місцевих творчих індустрій, що супроводжувалось активним контентним медіакультурним супроводом в інформаційному просторі України на промоції малих міст.

Зокрема, у 2008 р. у Ліверпулі для участі у волонтерській діяльності було зареєстровано 10 тис. чоловік, що надало змогу Ліверпулю залучити значні інвестиції та отримати можливість для бізнес-співробітництва з метою культурного обміну. У 2015 р. міські жителі приєдналися до організації культурного розвитку у м. Пльзень (Чехія), яке здобуло титул «Культурна столиця Європа», започаткувавши проєкт «Підбадьорити місто».

У 2009 р. українською «Культурною столицею Європи» обрано Львів, який багатий на осередки театрального мистецтва, архітектурних пам'яток, фестивальні традиції, має розвинену соціально-культурну інфраструктуру, що приваблює іноземних туристів. Львів має й інші назви, які знайомі кожному українцеві та якнайповніше його характеризують: місто-пам'ятник, місто-музей.

Дослідниця М. Чернець аналізує культуротворчий потенціал сучасного міста і звертає увагу на «вагоме значення для територіальної одиниці іміджу, який формується і розвивається на основі культурної складової міста» і далі дослідниця стверджує, що саме «конкуренція за звання міста, яке користується найбільшим попитом відвідувачів, дає змогу зосередити увагу на культурі як «інструменті розвитку території» [3, с. 146]. Чернець М. звертає увагу на

«неоднорідність насиченості культурного простору», що є умовою для визначення центрів культури, які, будучи культурними столицями, презентують країну [3, с. 147]. Науковиця стверджує, що «культурна столиця» – це досить обширне поняття, що включає в себе не лише територію, а ще й «культурне наповнення, функції та значення, розвиток дозвіллевої сфери, властивості формування бренду, іміджу міста» [3, с. 150].

Передача змістів особливостей медіакультури відбувається в інформаційному просторі, в тому числі малих міст України та моделює стратегію оновлення міста. Завдяки інформаційно-комунікаційному супроводу медіаконтенту утворюється взаємоторча медіакультурна модель, яка сприяє промоціювання щодо культурно-мистецьких творчих просторів для спілкування соціуму, благоустрою міських територій. Для прикладу охарактеризуємо м. Прилуки та безпосередньо функціонування проєкту «COMUS». Аналіз інформаційно-комунікаційного змістового супроводу надав можливість подивитися на місто крізь призму: розвитку дозвілля, культурних публічних просторів та мистецьких студій. За час проєкту у м. Прилуки відбулися трансформаційні зміни, а саме: відновлено вул. Гімнастичну (реконструкція цегляних будинків кін. XIX – поч. XX ст.), відремонтовано оглядовий майданчик на валу, реконструйовано парк ім. Т. Шевченка.

Також у даному проєкті брало участь м. Луцьк. Інформаційно-комунікаційний аналіз відтворення особливостей контенту медіакультури дає можливість констатувати, що стратегія культури розроблена для розвитку історичної частини міста та складається із 5-ти проєктних завдань: відновлення публічного простору та реставрація території площі Ринок; організація діяльності Міського центру громадського діалогу; створення історико-ландшафтного парку на території Державного історико-культурного заповідника Луцька та ландшафту р. Стир; покращення житлового фонду, активізація громадськості у прийнятті рішень; упорядкування транспортного потоку на вул. Кафедральна, М. Драгоманова, Д. Галицького. [2].

Третім пілотним містом проєкту є м. Жовква. Завдяки медіа та особливостям інформаційного відстеження, було з'ясовано, що серед проблем, які перешкоджають культурному розвитку міста, визначено: неактивність і необізнаність міських жителів; питання збереження культурних об'єктів; занедбаність або відсутність технічної інфраструктури.

В інформаційному просторі особливістю медіакультури та передачі контентного впровадження є детальний аналіз підпрограми «МЕДІА», що дозволяє зрозуміти специфіку підтримки і популяризації кіно та аудіовізуальної індустрії. Фінансування «МЕДІА» сприяє виробництву художніх і документальних кінофільмів, телесеріалів для навчання створення якісних кінострічок за такими напрямками як «Менеджмент», «Нові технології», «Сценарна справа».

Завдяки підпрограмі «МЕДІА», кожного року більше 100 європейських фестивалів, форумів, конференцій, галузевих ярмарок отримують розповсюдження та визнання серед аудиторії.

Висновки. Основними компонентами міських символів виступають так звані міські орієнтири, серед яких: визначні пам'ятки, міські об'єкти, міські території та маршрути, рівень висоти будівель, динамічність. Задля досягнення благоустрою громадського простору необхідним є: врахування запитів населення, відповідність міського транспорту критерію якості, надання ініціативи громадськості для розробки інноваційних ідей покращення культурного простору міста, взаємопідтримка державної влади і громадськості.

Поширеними проблемами українських міст є: байдужість державної влади до покращення культурного простору територій, необізнаність громадськості у власних правах та можливостях, неякісність культурно-мистецьких послуг, відсутність фінансування культурних проєктів, несанкціоновані забудови.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Конституція України від 28 червня 1996 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Презентація «Астрономічного путівника Луцьком» в межах проєкту COMUS. URL: <http://www.lutskrada.gov.ua>.
3. Чернець М. Щодо культурного потенціалу міста (на прикладі програми «Європейська столиця культури»). *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.* № 2. 2014. С. 146-150.