

4. Ситник О. (2023). Проблематика впровадження штучного інтелекту в сучасних ЗМІ та медіатехнологіях. *Український інформаційний простір*, №2(12), 2023. С. 252–265. URL: [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(12\).2023.291187](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(12).2023.291187) (дата звернення: 04.11.2024).

5. Фейсбук заповнили згенеровані ШІ зображення. Як ними користуються шахраї? Хмарочос. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2024/10/02/fejsbuk-zapolonyly-zgenerovani-shi-zobrazhennya-yak-nymy-korystuyutsya-shahrayi-foto/> (дата звернення: 01.11.2024).

Анастасія Пестрак,

Галицький фаховий коледж
імені В'ячеслава Чорновола

Науковий керівник: викл. Владислава Капітан

МЕДІАПРОСТІР ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ: ПЕРСПЕКТИВИ І ВИКЛИКИ

Сьогодні українська література поступово набуває популярності не тільки в Україні, а й за її межами. В умовах високої конкуренції українські автори та видавці намагаються максимально ефективно використовувати доступні ресурси для привернення уваги читачів. Вивчення можливостей та обмежень медіапростору як інструменту популяризації літератури сприятиме кращому розумінню того, як формувати літературні уподобання аудиторії та стимулювати розвиток українського книжкового ринку.

Мета наукової розвідки — дослідити роль медіапростору у популяризації української літератури та визначити перспективи і виклики.

Медіапростір — це комплекс засобів масової інформації, що створюють інформаційне середовище для поширення ідей та новин. Якщо раніше для цього використовували радіо, телебачення і пресу, то нині медіа розширилося завдяки інтернет-платформам і соціальним мережам.

Традиційні медіа зазнали змін через появу соціальних мереж. Це призвело до змін в сприйнятті інформації аудиторії, структури матеріалу та оперативності [3, с. 148].

Загалом можна прослідкувати вплив медіапростору на українську літературу та виділити основні способи популяризації:

1. **Залучення аудиторії.** Соціальні мережі, YouTube та подкасти надають авторам можливість ефективно представляти свої твори та швидко комунікувати з читачами. Наприклад, через акаунти в соціальних мережах автори можуть публікувати уривки робіт, анонсувати нові книги та ділитися процесом їхнього написання, що дозволяє залучати нових читачів.

2. **Візуалізація літератури.** У сучасному суспільстві текст часто поєднується з мультимедійною. Це не тільки привертає увагу аудиторії, але й робить літературу доступнішою і цікавішою.

3. **Підтримка українських авторів.** Медіапростір сприяє популяризації творів наших авторів, навіть якщо вони маловідомі. Наприклад, літературні блоги в TikTok і YouTube активно діляться відгуками, рекомендаціями та обговореннями, які допомагають привернути увагу до українських книг і авторів [4, с.75].

Варто зазначити, що популяризація української літератури у сучасному медіапросторі має позитивний результат. Пропонуємо розглянути вдалі приклади:

1. **Фестиваль «Книжковий Арсенал».** Окрім проведення офлайн-подій, вони активно ведуть соціальні мережі, що дозволяє не лише охопити велику кількість учасників, але й ефективно поширювати інформацію про українську літературу на міжнародному рівні [2].

2. **Літературні блоги та огляди.** Блогери, як-от Юля Проліт чи Марі Ініч, активно популяризують українські літературні новинки, створюючи огляди, рекомендації та добірки, які стимулюють інтерес до українських авторів.

3. **Аудіокниги.** Платформи, як MEGOGO, YouTube Music, Spotify, розширюють аудиторію української літератури серед тих, хто надає перевагу прослуховуванню книжок.

4. **Культурні медіапроекти: МУР (Мистецький український рух).** Цей проєкт, створений Олександром Хоменком, є унікальним прикладом популяризації української літератури та історії через музику й відеоконтент. Зокрема, альбом-мюзикл «Ти (Романтика)» втілює ідеї Розстріляного відродження, поєднуючи поезію та історичний контекст у форматі, зрозумілому для сучасної аудиторії [1].

Також можемо виділити основні перспективи та виклики розвитку медіапростору для популяризації літератури:

1. Розширення можливостей для комунікації з аудиторією.
2. Збільшення популярності української літератури на міжнародному рівні через онлайн-платформи.
3. Розширення аудиторії за рахунок аудіокниг та інтерактивного контенту.
4. Великий вибір, тому складно втримати увагу читачів.
5. Конкуренція з іноземними виданнями, які мають більший попит у читачів.
6. Недостатнє фінансування, що обмежує можливості популяризації.

Висновки. Отже, медіапростір відіграє вирішальну роль у поширенні української літератури та має великий потенціал для подальшого розвитку. Це ефективний інструмент для підтримки постійного зв'язку між читачем та автором. Також це робить літературу більш доступною та відкритою, тому кожен зможе обрати свій жанр та українського автора.

Список використаної літератури

1. Гурт МУР випустив мюзикл про поетів розстріляного відродження. URL: <https://umoloda.kyiv.ua/number/0/164/181797> (дата звернення 04.11.2024).

2. Книжковий Арсенал: офіційний сайт. URL: <https://artarsenal.in.ua/> (дата звернення 04.11.2024).

3. Остапчук С. Закомолдіна А. Роль соціальних мереж у сучасному медіапросторі // *Матеріали X конгресу «Авіація в XXI столітті» – «Безпека в авіації та космічні технології»*. Київ: Національний авіаційний університет, 2022. С. 148-150

4. Семен Н. Роль соціальної мережі instagram у популяризації журналістського контенту. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”*: журналістика. Львів, 2022. С. 74-79.

Єлізавета Мисько,

Галицький фаховий коледж

імені В'ячеслава Чорновола

Науковий керівник: викл. Алла Бездіжа

СУЧАСНА МЕРЕЖЕВА ЛІТЕРАТУРА ЯК ФЕНОМЕН КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

Актуальність окресленого дослідження зумовлена необхідністю розуміння культурних процесів сучасності та збереження цифрової спадщини для майбутніх поколінь.

Мета – дослідити феномен мережевої літератури як нової форми культурної комунікації, зрозуміти її вплив на суспільство та значення в контексті культурної спадщини.

Мережева література – це літературні твори, створені або поширені в Інтернеті, часто із залученням інтерактивних елементів, таких, як коментарі, лайки та опитування.

Основні риси:

- цифровий формат, доступність через Інтернет;
- інтерактивність, зворотний зв'язок з читачами;
- швидке поширення та велика аудиторія [4].