

Міністерство освіти і науки України
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Інститут філології
Кафедра журналістики

ЗАСЯДЬКО НАТАЛІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА

МИКОЛАЇВ КНИЖКОВИЙ: МУЛЬТИМЕДІЙНА ІСТОРІЯ

Спеціальність 061 «Журналістика»

Автореферат
бакалаврського проєкту
на здобуття ступеня бакалавра

Миколаїв – 2020

Роботу виконано на кафедрі журналістики Чорноморського національного університету імені Петра Могили, Міністерство освіти і науки України.

Науковий керівник: кандидат філологічних наук, доцент б.в.з.
Тулузакова Ольга Геннадіївна,
Чорноморський національний університет імені
Петра Могили, доцент кафедри журналістики.

Рецензент: кандидат філологічних наук, доцент
Островська Людмила Станіславівна,
Чорноморський національний університет імені
Петра Могили, доцент кафедри української філології,
теорії та історії літератури.

Захист відбудеться «22» червня 2020 р. у Чорноморському національному університеті імені Петра Могили.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Культурна журналістика є важливою складовою журналістики як соціального інституту. Однак зараз питання культури в сучасних засобах масової інформації часто відсуваються на другий план. Представники ЗМК забувають, що журналістика не обмежується суто функцією інформування, вона має виконувати просвітницьку й виховну ролі, формувати смаки аудиторії.

Актуальність дипломного проєкту зумовлена значимістю висвітлення у газетах, на радіо і телебаченні, в онлайн-виданнях культурного життя, зокрема, питань книговидавництва та популяризації читання. Важливо дослідити рівень розвитку культурної журналістики в Україні та Миколаєві, з'ясувати, що і в якій формі пишуть про книги, проаналізувати статті, сюжети, теле- та радіопроеграми, визначити загальні тенденції, передбачити перспективи та запропонувати шляхи вирішення проблеми.

Мета дослідження: створити текстові, фото- та відеоматеріали про книги й опублікувати їх у місцевих ЗМІ для заохочення аудиторії до читання, його популяризації, а також підвищення рівня зацікавленості до українських видавництв.

Відповідно до поставленої мети необхідно виконати такі **завдання**:

- 1) з'ясувати сутність поняття «культурна журналістика»;
- 2) визначити особливості культурної проблематики;
- 3) дослідити досвід, характер, жанрові форми висвітлення питань книговидавництва та популяризації читання в миколаївських ЗМІ;
- 4) визначити шляхи підвищення ефективності та можливості розширення аудиторії;
- 5) висвітлити події, ініціативи, проблеми, пов'язані з книжковою тематикою на Миколаївщині.

Об'єктом дослідження є сегмент культурної журналістики, який стосується висвітлення книжкової тематики в сучасних ЗМІ.

Предметом дослідження є презентації книжок, бібліотеки, видавництва, ініціативи та проєкти про книги, а також загальні особливості створення інформаційного поля довкола книжкового питання.

Методи дослідження: термінологічний аналіз, функціональний аналіз, спостереження, опитування, аналіз та синтез, узагальнення результатів аналізу.

Наукова новизна полягає в тому, що вперше було зроблено спробу вивчити та усебічно висвітлити книжкову тематику, виокремити проблеми та подати методи їх вирішення; досліджено Миколаїв як стартовий майданчик для презентації книжок не лише місцевих авторів, а й письменників з інших міст України; створено перелік українських книжкових інтернет-магазинів та видавництв, у яких постійно діють знижки на книги для популяризації читання серед аудиторії; опубліковано міні-проєкт «Миколаїв книжковий», де молоді люди різних професій діляться своїми улюбленими книгами, розмірковують про майбутнє бібліотек, радять, як почати більше читати тощо.

Практичне значення одержаних результатів полягає в популяризації й активізації книжкової тематики серед містян. Також матеріали можуть бути використані іншими українськими медіа. Аналіз медіаматеріалів щодо порушення книжкової тематики може бути корисним для студентів під час підготовки до дисциплін «Журналістський фах», «Медіакритика», «Сучасна українська мова ЗМІ і текстознавство» тощо.

Теоретичне значення дослідження: проаналізовано та систематизовано рівень висвітлення книжкової тематики і важливість виховної, просвітницької та культурної функцій журналістики у роботі сучасних ЗМІ.

Апробація результатів дослідження. Теоретичний аналіз особливостей висвітлення книжкової тематики в загальноукраїнських та миколаївських ЗМІ апробовано на VII Міжнародній науково-практичній конференції для молодих учених «Вплив нових медіа: міждисциплінарний

підхід», що проходила в Одесі 14-15 травня 2020 року. Матеріали, створені під час проведення наукового дослідження, публікувалися на сайті <http://www.solnik.com.ua/>, YouTube-каналі «Миколаїв книжковий», а також транслювалися в прямому ефірі ранкової програми «Новий день» на Миколаївській філії «Суспільного».

Структура дипломного проєкту. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури (41 позиція) та додатків (11 штук). Загальний обсяг роботи – 77 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У *вступі* обґрунтовано актуальність теми дипломного проєкту, визначено об'єкт, предмет, мету і завдання, методи, розкрито наукову новизну роботи, окреслено теоретичне і практичне значення здобутих результатів та форми їх апробації.

У *першому розділі* «*Особливості висвітлення книжкової тематики в загальноукраїнських та миколаївських ЗМІ*» подано дослідження діяльності й функціонування культурної та, зокрема, книжкової журналістики на всеукраїнському та місцевому рівнях. Зазначено, що культурна журналістика є важливою складовою загального функціоналу медіасфери. Сучасні журналісти забувають, що окрім суто інформаційної функції журналістика повинна виховувати, формувати суспільну думку й заохочувати пізнавати світ, показувати його багатоманітність.

Культурну журналістику умовно можна поділити на певні сегменти, які вона висвітлює: музична, мистецька, театральна, книжкова тощо. І якщо перші три є досить популярними, то словосполучення «книжкова журналістика» майже не використовується. Трохи частіше можуть казати «літературна журналістика», однак це не одне й те ж саме. Причиною цьому є те, що про книги, як не дивно, пишуть не так часто.

Ще п'ять років тому у газеті чи журналі, на телебаченні чи радіо складно було знайти статтю або передачу, в якій би говорили про книги не поверхово,

а детально, з урахуванням світових тенденцій та зануренням у «книжковий» процес. Зараз таких матеріалів побільшало, однак і досі не можна стверджувати, що в Україні про це говорять достатньо багато й з експертної точки зору.

Це легко можна пояснити тісним взаємозв'язком між аудиторією та будь-яким ЗМІ. ЗМІ пише й показує те, що хоче прочитати чи побачити аудиторія. Однак разом з цим аудиторія сприймає те, що показує чи дає прочитати ЗМІ. Таким чином преса, радіо, телебачення та онлайн-видання повинні заохочувати і зацікавлювати аудиторію книжковою тематикою, а реципієнти завдяки ЗМІ формуватимуть свій літературний смак.

Серед всеукраїнських засобів масової інформації популяризують читання та книговидавництво «Суспільне», «Громадське», газети «Дзеркало тижня» та «День». Доволі цікавим явищем є букблогерство, яке й виникло якраз через брак якісної інформації про книги. Хоча журналістика й блогінг – різні сфери медійної діяльності, однак українські книжкові блоги наразі є значно цікавішими для аудиторії, ніж книжкова журналістика. Це можна пояснити відсутністю професійних кадрів у журналістиці, які б могли зрозуміло й доступно пояснити літературний процес, а також зацікавити й популяризувати читання.

Регіональна журналістика здебільшого репрезентує тему фрагментарно й оглядово. Серед миколаївських засобів масової інформації, які висвітлюють книжкову тематику, найбільш активними є радіо і телебачення. Газети й онлайн-видання приділяють цій індустрії менше уваги.

У *другому розділі* «Миколаїв книжковий: мультимедійна історія» зазначено, що в рамках дипломного проекту було створено 13 матеріалів, які публікувалися в онлайн-виданні «Solnik», на YouTube-каналі «Миколаїв книжковий» і транслювалися в ефірі ранкової програми «Новий день» на «UA: Миколаїв». Опублікований контент розподілено на такі групи:

1) Миколаїв як майданчик для популяризації та презентації книжок українських авторів з інших міст:

«Дім Химер»: химерне видавництво фантастичних історій» (стаття + фото), режим доступу: <https://solnik.com.ua/archives/2232>;

«Помста»: пробачити не можна вбити» (стаття + фото), режим доступу: <https://solnik.com.ua/archives/2633>;

2) «карантинні» матеріали, які мали на меті заохотити аудиторію почати читати, а також ознайомити з проблемами книгодрукування під час кризи:

«Замовляй та читай, не виходячи з дому: ТОП-7 українських видавництв, які дарують карантинні знижки» (стаття), режим доступу: <https://solnik.com.ua/archives/2700>;

«Як пандемія та влада вбиває українське книговидавництво» (стаття), режим доступу: <https://solnik.com.ua/archives/2755>;

«Українські букблогери: кого читати, дивитися й слухати» (стаття), режим доступу: <https://solnik.com.ua/archives/3189>;

3) популяризація книги та читання у цілому:

«Чудернацькі книги світу» (відео), режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=VtdggiGFQ8Y>;

«Краща миколаївська книга – 2020» онлайн: читай своє, читай вдома» (стаття), режим доступу: <https://solnik.com.ua/archives/3009>;

«Поговоримо про книги: старт нового відеопроєкту «Миколаїв книжковий» (текст + відео), режим доступу: <https://solnik.com.ua/archives/3089>;

«Поговоримо про книги: Валерій Антонюк» (текст + відео), режим доступу: <https://solnik.com.ua/archives/3185>;

«Поговоримо про книги: Дар'я Яцкевич» (текст + відео), режим доступу: <https://solnik.com.ua/archives/3491>;

«Поговоримо про книги: Денис Бобков» (текст + відео), режим доступу: <https://solnik.com.ua/archives/3487>;

«Фінальний випуск відеопроєкту «Миколаїв книжковий» (текст + відео), режим доступу: <https://solnik.com.ua/archives/3494>;

«ТОП-3 книги: фотосерія» (текст + фото), режим доступу: <https://solnik.com.ua/archives/3458>.

Загальна кількість текстів – 12, фото – 18, відео – 6, хронометраж – 1 година.

ВИСНОВКИ

Значимою частиною культурної журналістики є висвітлення у газетах, на радіо і телебаченні, в онлайн-виданнях питань книговидавництва та популяризації читання.

Культурна журналістика ділиться на певні сегменти залежно від того, яку саме складову суспільного життя висвітлює. Так, існує музична, мистецька, театральна, книжкова журналістика. У медіапросторі України книжкова журналістика мало розвинена. Це можна пояснити тим, що про книги та книговидавництво як у всеукраїнських, так і в регіональних засобах масової інформації говорять нечасто.

Літературні критики здебільшого працюють у виключно літературних виданнях, які є нішевими, тобто вони не розраховані на масового читача. А от видання загальної тематики у кращому разі обмежаться декількома сторінками, де просто порадять своїм читачам максимум п'ять книжок. Книжкова тематика не є рейтинговою для телебачення. Зазвичай двохвилинний сюжет про презентацію книги покажуть в кінці випуску новин. Радіослухачі чекають на музику, тому і тут книжковому питанню не приділяється належна увага.

Наразі таке фрагментарне висвітлення тематики можна пояснити відсутністю професійних журналістів, які б могли цікаво й доступно пояснювати літературні процеси, зацікавлювати аудиторію до прочитання книжок різних жанрів. Часто в редакціях українських медіа практикують таке: матеріали про культуру віддають початківцям, а досвідчені медійники працюють над більш «серйозними» темами. Також важливим нюансом є низький рейтинг тих каналів, які продукують контент на книжкову тематику.

Приватні телеканали українці дивляться частіше, хоча такі засоби масової інформації не ставлять за мету популяризувати книговидавництво та читання зокрема. В незалежних медіа книжкових проєктів значно більше, але їхня аудиторія є значно вужчою.

Журналісти повинні шукати нові формати та висвітлювати книжковий сегмент так, аби залучити якомога більше людей. Необхідно змінити ставлення до культури загалом, а також налагодити комунікацію між видавцями та представниками ЗМІ, яка може бути корисною для обох сторін.

На регіональному рівні книжкова журналістика теж не є популярною. Серед миколаївських засобів масової інформації, які висвітлюють книжкову тематику, найбільш активними є радіо і телебачення. Газети й онлайнві видання приділяють цій індустрії менше уваги. Зазвичай матеріалам медіа не вистачає ексклюзивності, включеності в тему журналіста, вони не наближають авторів та видавців до аудиторії, залишаючи їх недосяжними й далекими від реальності.

Зважаючи на всі фактори, ми вирішили створити низку мультимедійних матеріалів, аби контенту про книги та книговидавництво в миколаївських засобах масової інформації стало значно більше. Було опубліковано 13 матеріалів: в онлайн-виданні «Solnik», на YouTube-каналі «Миколаїв книжковий» та у ранковій програмі «Новий день» на телеканалі «UA: Миколаїв». Опублікований контент розділяємо на такі групи:

1) Миколаїв як майданчик для популяризації та презентації книжок українських авторів з інших міст: «Дім Химер»: химерне видавництво фантастичних історій», «Помста»: пробачити не можна вбити»;

2) «карантинні» матеріали, які мали на меті заохотити аудиторію почати читати, а також ознайомити з проблемами книгодрукування під час кризи, спричиненої пандемією: «Замовляй та читай, не виходячи з дому: ТОП-7 українських видавництв, які дарують карантинні знижки», «Як пандемія та влада вбиває українське книговидавництво», «Українські букблогери: кого читати, дивитися й слухати»;

3) популяризація світових та місцевих книжок, а також читання у цілому: «Чудернацькі книги світу», «Краща миколаївська книга – 2020» онлайн: читай своє, читай вдома», «Поговоримо про книги: старт нового відеопроєкту «Миколаїв книжковий», «Поговоримо про книги: Валерій Антонюк», «Поговоримо про книги: Дар'я Яцкевич», «Поговоримо про книги: Денис Бобков», «Фінальний випуск відеопроєкту «Миколаїв книжковий», «ТОП-3 книги: фотосерія».

АНОТАЦІЯ

Засядько Н.О. Миколаїв книжковий: мультимедійна історія. – Миколаїв, 2019.

Культурна журналістика є важливою складовою журналістики як соціального інституту. Однак зараз питання культури в сучасних засобах масової інформації часто відсуваються на другий план. Представники ЗМК забувають, що журналістика не обмежується суто функцією інформування, вона має виконувати просвітницьку й виховну ролі, формувати смаки аудиторії. Через нехтування спеціальними функціями журналістики сучасному українському медіапростору не вистачає якісних матеріалів, які б популяризували читання та книговидавництво.

Мета дипломного проєкту: створити текстові, фото- та відеоматеріали про книги й опублікувати їх у місцевих ЗМІ для заохочення аудиторії до читання, його популяризації, а також підвищення рівня зацікавленості до українських видавництв.

У рамках дипломного проєкту було створено 13 матеріалів, які публікувалися в онлайн-виданні «Solnik», на YouTube-каналі «Миколаїв книжковий» і транслювалися в ефірі ранкової програми «Новий день» на «UA: Миколаїв». Опублікований контент розподілено на три групи: Миколаїв як майданчик для популяризації та презентації книжок українських авторів з інших міст, «карантинні» матеріали, які мали на меті заохотити аудиторію почати читати, а також ознайомити з проблемами книгодрукування під час кризи, популяризація книги та читання у цілому. Загальна кількість текстів – 12, фото – 18, відео – 6, хронометраж – 1 година.

Ключові слова: культурна журналістика, книжкова тематика, популяризація читання, книговидавництво.

ABSTRACT

Nataliia Zasiadko. Literary Mykolaiv: multimedia story. – Mykolaiv, 2019.

Cultural journalism is an important component of journalism as a social institution. However, cultural issues in modern media are often relegated to the background. Media representatives forget that journalism is not limited solely to the function of informing, it must perform educational roles, and form the tastes of the audience. For neglecting the special functions of journalism, the modern Ukrainian media space lacks high-quality materials that would popularize reading and book publishing.

The purpose of the thesis is to create text, photo- and video materials about the book and publish them in local media to attract the audience to reading and its promotion, and increase the level of interest in Ukrainian publishers.

During the work on the thesis project we have published 12 publications on the site «Solnik», on the YouTube channel «Literary Mykolaiv» and broadcast on the morning program on «UA: Mykolaiv». Published content is divided into three groups: Mykolaiv as a platform for promoting and presenting books by Ukrainian authors from other cities, «quarantine» materials that were intended to encourage the audience to start reading, as well as to familiarize with the problems of publishing during the crisis, the promotion of books and reading in general. The total number of texts – 12, photos – 18, videos – 6, timing – 1 hour.

Key words: cultural journalism, book topics, popularization of reading, book publishing.