

Кузнецов Сергій Володимирович,
*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри культурології
Херсонського державного університету
orcid.org/0009-0007-0386-7725
5172029@gmail.com*

Левченко Микола Григорович,
*кандидат педагогічних наук, доцент,
заслужений працівник культури України,
декан факультету культури і мистецтв,
професор кафедри культурології
Херсонського державного університету
orcid.org/0000-0002-4069-1729
5172029@gmail.com*

Форосян Анатолій Федорович,
*кандидат педагогічних наук, доцент,
в.о. завідувача кафедри культурології
Херсонського державного університету
orcid.org/0000-0002-1823-4628
aforostan00@gmail.com*

ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ МЕДІА ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК КУЛЬТУР ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Метою роботи є розкриття транснаціональних медіа та глобалізації в аспекті взаємозв'язку культур та інформаційних технологій. Мета дослідження обумовлена тим, що на сьогодні транснаціональні медіа мають досить вагомий вплив на культуру, що обумовлено глобалізаційними процесами. Водночас необхідно зазначити, що вплив транснаціональних медіа обумовлений передовсім тим, що такі медіа розкривають глобальні теми, які стосуються загальнолюдських проблем. До того ж вони функціонують у різних державах та спрямовані на іноземну аудиторію, що значно посилює їх вплив на суспільство. При цьому для відображення питання зв'язку транснаціональних медіа, було досліджено веб-портал Факультету культури і мистецтв Херсонського державного університету. Зокрема, використання веб-порталу дозволяє факультету ефективно та швидко поширювати новини, які стосуються життя навчального закладу та культури і мистецтва загалом. Методологія дослідження полягає у застосуванні таких методів як описовий, аналізу і синтезу, порівняння, узагальнення, прогнозування. Застосування цих методів сприяє відображенню зв'язку медіа, культури, глобалізації. Описовий метод застосовано для відображення сутності поняття «транснаціональні медіа». Метод аналізу і синтезу використано для висвітлення наукових праць з теми дослідження. Метод порівняння застосовано для зіставлення основних напрямів використання транснаціональних медіа та їх впливу на культуру. Метод узагальнення застосовано для підбиття підсумків. Метод прогнозування дозволив визначити подальші аспекти розвитку транснаціональних медіа та їх впливу на культуру, глобалізацію, інформаційні технології. Наукова новизна полягає у тому, що було вперше досліджено Факультет культури і мистецтв Херсонського державного університету як аспект впливу медіа на культуру. Транснаціональні медіа є вагомим інструментом впливу на культуру та на глобалізацію. На прикладі Факультету культури і мистецтв Херсонського державного університету було визначено, що сучасні заклади вищої освіти активно використовують соціальні медіа платформи для просування освітніх послуг та формування нових підходів до культури.

Ключові слова: глобалізація, інформаційні технології, культура, медіа, транснаціональні медіа, факультет культури і мистецтв.

Kuznetsov Sergii,
*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of Cultural Studies
Kherson State University
orcid.org/0009-0007-0386-7725
5172029@gmail.com*

Levchenko Mykola,
*Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor,
Dean of the Faculty of Culture and Arts,
Professor at the Department Cultural Studies
Kherson State University
orcid.org/0000-0002-4069-1729
5172029@gmail.com*

Forostian Anatolii,
*Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor,
Acting head of the Department of Cultural Studies
Kherson State University
orcid.org/0000-0002-1823-4628
aforostan00@gmail.com*

TRANSNATIONAL MEDIA AND GLOBALIZATION: INTERCONNECTION OF CULTURES AND INFORMATION TECHNOLOGIES

The purpose of the work is to reveal transnational media and globalization in the aspect of interrelationship of cultures and information technologies. At the same time, it should be noted that the influence of transnational media is due primarily to the fact that such media reveal global topics that concern universal problems. In addition, they operate in different countries and are aimed at a foreign audience, which significantly increases their influence on society. The purpose of the research is due to the fact that today transnational media have a rather significant influence on culture, which is due to globalization processes. At the same time, to reflect the issue of transnational media communication, the web portal of the Faculty of Culture and Arts of Kherson State University was investigated. In particular, the use of the web portal allows the faculty to effectively and quickly disseminate news related to the life of the educational institution and culture and art in general. Research methodology consists in the application of such methods as descriptive, analysis and synthesis, comparison, generalization, forecasting. The use of these methods helps to reflect the connection between media, culture, and globalization. The descriptive method is used to reflect the essence of the concept of "transnational media". The method of analysis and synthesis was used to highlight scientific works on the research topic. The method of comparison is used to compare the main directions of using transnational media and their influence on culture. The method of generalization is used to summarize. The forecasting method made it possible to determine further aspects of the development of transnational media and their impact on culture, globalization, and information technologies. The scientific novelty is that the Faculty of Culture and Arts of Kherson State University was investigated for the first time as an aspect of media influence on culture. Transnational media is a powerful tool for influencing culture and globalization. Using the example of the Faculty of Culture and Arts of Kherson State University, it was determined that modern institutions of higher education actively use social media platforms to promote educational services and form new approaches to culture.

Key words: globalization, Information Technology, culture, media, transnational media, Faculty of Culture and Arts.

Актуальність теми дослідження. Актуальність дослідження обумовлена тим, що сучасні медіа значно впливають на життя звичайної людини. При цьому вони мають вплив

і на сферу культуру, якій нині приділено багато уваги. Тож тема потребує дослідження.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання транснаціональних медіа та глобалізації

в аспекті взаємозв'язку культур та інформаційних технологій досліджували такі вітчизняні дослідники як Л. Городенко, М. Житарюк, В. Малінін, Б. Носова, Г. Сарміна. Зокрема, дослідниця Б. Носова у праці «Поєднувальна роль публіцистики в міжкультурному діалозі» наголошує на вагомому впливі медіа на культуру, глобалізацію, інформаційні технології (Носова, 2016, с. 120).

Мета дослідження – розкриття транснаціональних медіа та глобалізації в аспекті взаємозв'язку культур та інформаційних технологій.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні питання транснаціональних медіа є досить спірним, оскільки відсутнє єдине визначення поняття «транснаціональні медіа». Так, якщо звернути увагу на окремі частини даного терміну, то «медіа» являють собою «систему чи мережу засобів масової комунікації, які функціонують незалежно один від одного» (Artz, 2016, с. 30). «Транснаціональна (глобальна) журналістика» є «окремим видом журналістики, що розглядає питання, які виходять за межі територіальних питань країни, але це не інформація про новини з інших держав, а відомості, які мають глобальний вплив на все людство» (Darling-Wolf, 2018, с. 13).

Тобто транснаціональні медіа являють собою «систему автономних засобів масової комунікації, яка об'єднує медіа, що мають подібну політичну та ідеологічну основу функціонування, при цьому інформація, що надається ними, має глобальний вплив на людство» (Малінін, 2020, с. 3).

Транснаціональні медіа мають вагомий вплив на глобалізаційну культуру. Це обумовлено тим, що вони попри власну незалежність, все одно відтворюють певні позиції та підходи до політики представників влади певних держав. Тобто такі медіа виступають популяризаторами певних політичних рішень та ідей, що вагомо впливає на культуру (Blaskey, 2019, с. 4).

Так, поширення політичних відомостей та позицій, впливає на створення різного роду інформаційного контенту з даного питання. Це можуть бути фільми та музичні продукти, рекламні банери соціального характеру, меми та жартівливі відкол в Інтернет-просторі. Тож першочергово транснаціональні медіа впливають саме на культуру (Mishra, 2020, с. 1).

Варто відзначити, що транснаціональні медіа зорієнтовані саме на закордонну аудиторію. Тому для їх функціонування важливо подавати інформацію таким чином, щоб це викликало занепокоєння у зарубіжних користувачів, які повинні розуміти, що необхідно діяти вже зараз, щоб вирішити те питання, яке потім може зашкодити всьому людству. Часто для цього подаються політичні, економічні, фінансові, екологічні питання у такому світлі, що це має викликати серйозне хвилювання (Городенко, 2014 с. 12).

Роль медіа у популяризації та розповсюдженні нових напрямів глобалізаційної культури є досить значною. Це обумовлено наступними чинниками. У першу чергу, це дозволяє розповсюджувати серед читацької аудиторії рекламу партнерів, що дозволяє отримувати прибуток та розширювати власний вплив (Носова, 2016, с. 120).

Також транснаціональні медіа популяризують соціальні медіа-платформи та стрімінгові сервіси, що впливає на розвиток віртуальної культури. Це дозволяє медіа залучати до аудиторії більшу кількість користувачів. При цьому традиційне телебачення та інші види засобів комунікації стають менш популярними, як наслідок, формуються нові напрями глобалізаційної культури (Сарміна, 2016, с. 132).

Крім того, транснаціональні медіа впливають на включення культурних закладів до віртуального простору. Зокрема, розповсюдження інформації про той чи інший музей, архів, театр, у певному онлайн-виданні впливає на те, що більше користувачів хочуть відвідати даний заклад (Любчик, 2020, с. 17).

Проте оскільки користувачі не мають можливості часто відвідувати заклад культури, заклад самостійно вирішує дане питання за допомогою онлайн-простору. Це можуть бути віртуальні екскурсії, відео та фото культурного закладу, віртуальні виставки. При цьому технології, які задіюються у цьому, теж удосконалюються (Житарюк, 2018, с. 24).

Варто відмітити, що медіа вищих навчальних закладів теж вагомо впливають на процес глобалізації. Зокрема, Факультет культури і мистецтв Херсонського державного університету має власний веб-портал, де публікуються актуальні новини структурного підрозділу. При цьому факультет має також сторінки

у соціальних мережах: Інстаграм, Фейсбук, Ютуб. Глобалізація культури відбувається за допомогою публікації інформації про творчі заходи у віртуальному просторі. Це відомості про конкурси, фестивалі, конференції, які відбуваються на базі університету та дистанційно. Як наслідок, веб-портал дозволяє привабити потенційних учасників конкурсу та популяризує сучасну культуру (Факультет культури і мистецтв, 2023).

Одним із важливих питань є також вплив штучного інтелекту на медіа та глобалізацію культури. Зокрема, функціонування креативного простору на базі факультету «Creative Hub «Dynasty» дозволяє більш детально ознайомитися із питаннями взаємодії медіа та штучного інтелекту (Creative Hub «Dynasty», 2023).

При цьому штучний інтелект не є заміником журналіста чи інформаційного фахівця, адже він

лише пропонує своє бачення певної ситуації на основі доступної в Інтернеті інформації. Лише людина може упорядкувати цю інформацію та створити певний матеріал. Наприклад, штучний інтелект може створити картинку за описом людини, проте журналіст повинен визначити чи відповідає вона запиту, і передбачити, який вплив це матиме на культуру.

Наукова новизна. Наукова новизна полягає у тому, що було вперше досліджено Факультет культури і мистецтв Херсонського державного університету як аспект впливу медіа на культуру.

Висновки. Транснаціональні медіа є вагомим інструментом впливу на культуру та на глобалізацію. Можна визначити, що у подальшому питання впливу медіа на різні сфери буде лише збільшуватися, зокрема, зросте вплив на економіку, політику, науку та освіту.

Список використаних джерел:

1. Artz, L. (2016). Transnational Media Corporations and the Global Division of Cultural Labor and Consumption. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, vol. 17, p. 25–38.
2. Blackey, W. (2019). *Transnational Media*. London: Willey and sons, p. 25.
3. Creative Hub «Dynasty». URL: https://www.kspu.edu/About/Faculty/FCultureArts/storinki_facultetu/Hub.aspx (дата звернення: 09.08.2023).
4. Городенко, Л. (2014). Новітні медіа. Київ: Академія Української Преси. 241 с.
5. Darling-Wolf, F. (2018). *Imagining the global: transnational media and popular culture beyond East and West*. Ann Arbor: University of Michigan Press, p. 201.
6. Житарюк, М. (2018). Теорії та моделі масової інформації. Львів: ЛНУ імені Івана Франка. 244 с.
7. Любчик, К. (2020). Корпоративні медіа-стратегії транснаціональних корпорацій. *Держава та регіони*. Вип. 1. С. 16–19.
8. Малінін, В. (2020). Медіакорпорації в Україні: сучасні реалії розвитку. *Інституту журналістики*. Вип. 1. С. 3–5.
9. Mishra, S. (2020). *Transnational Media. Key Concepts in Intercultural Dialogue*. № 95. P. 1–2.
10. Носова, Б. (2016). Поєднувальна роль публіцистики в міжкультурному діалозі. *Перспективні напрямки дослідження українського медійного контенту: фундаментальні та прикладні аспекти*. Вип. 1. С. 120–123.
11. Сарміна, Г. (2016). Процес дигіталізації як передумова виникнення крос-медіа. *Перспективні напрямки дослідження українського медійного контенту: фундаментальні та прикладні аспекти*. Вип. 1. С. 131–137.
12. Факультет культури і мистецтв. URL: <https://www.kspu.edu/About/Faculty/FCultureArts.aspx> (дата звернення: 09.08.2023).

References:

1. Artz, L. (2016). Transnational Media Corporations and the Global Division of Cultural Labor and Consumption. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, vol. 17, p. 25–38.
2. Blackey, W. (2019). *Transnational Media*. London: Willey and sons, p. 25.
3. Creative Hub “Dynasty”. Retrieved from https://www.kspu.edu/About/Faculty/FCultureArts/storinki_facultetu/Hub.aspx [in Ukrainian].
4. Horodenko, L. (2014). *New media*. [Latest media] Kyiv: Akademiya Ukrayins'koyi Presy, 241 s. [in Ukrainian].
5. Darling-Wolf, F. (2018). *Imagining the global: transnational media and popular culture beyond East and West*. Ann Arbor: University of Michigan Press, p. 201.
6. Zhitaryuk, M. (2018). *Teoriyi ta modeli masovoyi informatsiyi*. [Theories and models of mass information.] Lviv: LNU imeni Ivana Franka, 244 s. [in Ukrainian].

-
7. Lyubchik, K. (2020). Korporatyvni media-stratehiyi transnatsionalnykh korporatsiy [Corporate media strategies of transnational corporations]. *Derzhava ta rehiony*, issue 1, s. 16–19 [in Ukrainian].
 8. Malinin, V. (2020). Mediakorporatsiyi v Ukraini: suchasni realiyi rozvytku. Instytutu zhurnalistyky [Media corporations in Ukraine: modern realities of development]. *Institute of Journalism*, issue 1, s. 3–5 [in Ukrainian].
 9. Mishra, S. (2020). *Transnational Media. Key Concepts in Intercultural Dialogue*, issue 95, p. 1–2.
 10. Nosova, B. (2016). Poyednuvalna rol publitsystyky v mizhkulturnomu dialozi [The unifying role of journalism in intercultural dialogue]. *Perspektyvni napryamky doslidzhennya ukrayinskoho mediynoho kontentu: fundamentalni ta prykladni aspekty*, issue 1, s. 120–123 [in Ukrainian].
 11. Sarmina, G. (2016). Protses dyhitalizatsiyi yak peredumova vynyknennya kros-media [The digitalization process as a prerequisite for the emergence of cross-media]. *Perspektyvni napryamky doslidzhennya ukrayinskoho mediynoho kontentu: fundamentalni ta prykladni aspekty*, issue 1, s. 131–137 [in Ukrainian].
 12. Faculty of Culture and Arts. Retrieved from: <https://www.kspu.edu/About/Faculty/FCultureArts.aspx> [in Ukrainian].