

СЕКЦІЯ №3: СТУДЕНТСЬКА СТУДІЯ ІНФОРМАЦІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Буйняк І. В.,
студентка спеціальності 061
«Журналістика» Миколаївського
інституту розвитку людини
Університету «Україна»,
Науковий керівник: Кандюк-
Лебідь С. В., директор
Миколаївського фахового коледжу
Університету «Україна»,
м. Миколаїв

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ НА ПВДНІ УКРАЇНИ (МИКОЛАЇВСЬКА ТА ОДЕСЬКА ОБЛАСТІ)

У реалізації національних проектів важлива роль відводиться засобам масової інформації. Це відноситься, безперечно, до суспільно-політичній пресі, засновниками якої є представники законодавчої та виконавчої гілок влади. Уже регулярно в передачах телебачення і радіо, в газетах йдеться про проблеми охорони здоров'я, освіти, житлового будівництва, даються звіти з засідань Верховної ради і нарад у Президента країни. Чимало публікацій і аналітичного характеру, які зачіпають ці проблеми (в тому числі і в регіональній пресі, що не менше, ніж федеральна, залежить від влади). Від місцевої преси чекають цілеспрямованої роботи пропагандистського характеру. Преса в питаннях висвітлення національних проектів повинна давати і великий обсяг роз'яснювальної інформації, і формувати порядок денний соціуму, і допомагати людям орієнтуватися в новій громадській обстановці, і пояснювати їм важливість прийнятих рішень, доцільність перетворень.

Яка ж ефективність журналістської діяльності, і що ж розуміти під результативністю? Зрозуміло, що при цілеспрямованому впливі преса формує певні стереотипи, потрібні владі. Але ефективність комунікаційних зусиль залежить від багатьох факторів: зокрема, від того, наскільки національні проекти відповідають потребам аудиторії, можливостям суспільного розвитку, від адекватності політики влади у визначенні державних програм, від можливостей регіонів в їх реалізації, нарешті, сучасних умов, в яких функціонує журналістика. Не можна не враховувати і питання взаємини преси з соціальними інститутами, суб'єктами-видавцями, засновниками, мають і свої інтереси в суспільному житті. Від них також залежить і правдивість висвітлення і осмислення поточних подій і явищ. Якщо все це ігнорувати, то буде зростати незадоволеність аудиторії, рости роздратування, невдоволення. При цьому підвищиться ступінь недовіри не тільки до журналістів, а й до влади. Тому ефективну інформаційну діяльність редакцій

треба розглядати через призму взаємодії влади, журналістики аудиторії. В цьому випадку можна буде говорити про діалог і результативності комунікативних відносин.

Чи можлива така взаємозв'язок сьогодні, коли регіональна преса настільки залежна від влади? Напевно ні. Ясно, що успішна реалізація намічених урядом реформ можлива в тому випадку, якщо буде створено ще один національний проект по ЗМІ, якщо будуть оптимізовані умови для функціонування регіональних ЗМІ, що дозволить найбільш повно формувати соціальний порядок життя. В іншому випадку ми отримуємо пропаганду в гіршому вигляді – пропаганду, яка створює міфи та ілюзії про життя і реформи.

Серед першочергових завдань регіональних ЗМІ сьогодні є: формування образу Малої Вітчизни та інтеграція місцевої громади у загальнонаціональну структуру; збереження культурної, історичної самобутності регіону; протистояння культурному імперіалізму та глобалізації; утвердження єдиних для усієї держави та нації цінностей; охорона демократії, зближення громади і влади (дати людям відчуття впливу на тих, кого вони обрали); відстоювання перед владою потреб аудиторії [1, с. 156].

За матеріалами Андрія Лохматова у Миколаєві сьогодні активно працюють більше двадцяти інтернет-видань. Звісно, далеко не всі вони мають вагу, але все одно присутні в регіональному медіапросторі. З найпопулярніших слід назвати «Преступности.НЕТ», «НикВести», «Корабелов.інфо», «Новости-N», «NikLife», «Мой город» та інші. Інтернет-видання переходять на відеоформат («НикВести», «Преступности.НЕТ»), впроваджують нові проекти та рубрики. В області продовжують діяти регіональні та районні друковані газети, хоча одна зі стабільно працюючих газет поки що з невідомих причин перестала друкуватись – мова про газету «Наш город Николаев». В обласному центрі продовжують видаватись 7 газет. Особливістю медіапростору Миколаєва завжди було те, що тут працює лише одна місцева радіостанція (радіо «Миколаїв» філії НТКУ) та всього п'ять телеканалів [3].

За дослідженням Олени Васіної в Одесі зареєстровано близько 40 регіональних телерадіокомпаній, із яких активно в ефірі транслюється 28. Із 550 зареєстрованих в області друкованих ЗМІ регулярно виходить тільки близько третини. Також в Одесі є безліч сайтів, які важко надаються до обліку та близько півсотні з яких регулярно входять у регіональну стрічку агрегатора «Укрнет» [2].

Сьогоднішня ситуація в країні викликала потребу дослідження як регіональні медіа України вирішують фінансові труднощі. За даними «Інтерньюз-Україна» деякі газети, які продовжили виходити друком, пристосовувались до нових реалій: скорочували тиражі, зменшували обсяг або регулярність виходу; певний час працювали віддалено; проводили скорочення персоналу в редакціях [4]. У самому медійному середовищі довіра до контенту є досить низькою, основними проблемами назвали лінь, низьку кваліфікацію журналістів, тиск власників, продажність журналістів, малу кількість незаангажованих експертів та велику кількість медій на ринку місцевих; новин саме з Одеси дуже багато, але недостатньо регіональних новин – практично немає інформації про те, що

відбувається в області; скарги на відсутність взаємодії між журналістами та місцевою владою тощо.

Отож, регіональні ЗМІ не можуть загубити чи знехтувати особливості локальної культури, однак вони все ж таки не тільки потребують підтримки – вони на неї заслуговують. Місцеві медіа мають знайти «точки дотику» регіону із іншими частинами країнами, щоб творити спільний всеукраїнську співпрацю. Багато регіональних видань підтвердили свою здатність до адаптації – для них відкрилися більші можливості для отримання знань та інформації (сотні вебінарів та конференцій), розвиток нових освітніх проєктів, робота на відстані; розвиток методів та навичок комунікації, які й надалі будуть актуальні для журналістів ХХІ століття. Вони показали свою важливість: коли ситуація стрімко змінюється, люди частіше звертають увагу на регіональні медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Луцюк І. Регіональні ЗМІ в сучасному суспільстві: функції, завдання та проблеми. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2014. Вип. 39. С. 152–157
2. Васіна О. Кому належать одеські ЗМІ. Аналіз Інституту масової інформації. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/14936/2015-11-24-komu-nalezhat-odeski-zmi-analiz-instytutu-masovoi-informatsii/> (дата звернення: 19.03.2021 р.)
3. Лохматов А. Дослідження медіа ситуації Миколаївської області. URL: <https://imi.org.ua/articles/doslidjennya-mediasituatsiji-mikolajivskoj-oblasti-i161> (дата звернення: 19.03.2021 р.)
4. Як українські регіональні медіа живуть під час карантину. Аналітичний огляд. URL: <https://internews.ua/opportunity/media-covid19>

Буймер В. В.,
студентка спеціальності
061 «Журналістика» Миколаївського
інституту розвитку людини
Університету «Україна»,
Науковий керівник:
Кандюк-Лебідь С. В.,
директор Миколаївського фахового
коледжу Університету «Україна»,
м. Миколаїв

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ

Спорт – це феномен ХХ ст., який має величезну аудиторію. Перемоги на міжнародній спортивній арені утверджують авторитет України, формують