МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ІСТОРІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
З НАГОДИ 70-РІЧЧЯ КАФЕДРИ ІСТОРІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

УКРАЇНСЬКА ЖУРНАЛІСТИКА У СВІТОВОМУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОМУ КОНТЕКСТІ: ЗДОБУТКИ І ПЕРСПЕКТИВИ



КИЇВ, 24 ЛИСТОПАДА 2023

УДК 007:304:070

Рецензенти:

Ю. БІДЗІЛЯ, д-р. наук із соц. комунік., проф.

В. САДІВНИЧИЙ, д-р. наук із соц. комунік., проф.

Рекомендовано до друку вченою радою Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол № 6 від 12 грудня 2023 р.).

Редакційна колегія:

Н. ЖЕЛІХОВСЬКА, канд. наук із соц. комунік, доц., зав. каф. історії журналістики,

Л. БОЯРСЬКА, канд. філол. наук, доц.,
А. ВОЛОБУЄВА, канд. наук із соц. комунік, доц.,
І. ЄВДОКИМЕНКО, канд. наук із соц. комунік.,
Н. СИДОРЕНКО, д-р. філол.наук, проф.,
В. МИХАЙЛЮТА, канд. філол. наук, доц.,
О. МЕЛЕЩЕНКО, д-р. філол.наук, проф.

Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи: зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції / упоряд. Н. Желіховська, А. Волобуєва, І. Євдокименко, Н. Сидоренко. Київ, 2023. 355 с.

У збірнику наукових праць подано матеріали доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції «Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи», яка відбулася в навчально-науковому інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка 24-25 листопада 2023 року з нагоди 70-річчя кафедри історії журналістики.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Автори матеріалів несуть повну відповідальність за достовірність та оригінальність інформації, коректність цитування наукових джерел і посилання на них.

© Колектив авторів, 2023
© Кафедра історії журналістики ННІЖ
КНУ імені Тараса Шевченка, 2023

З М І С Т

РІЗУН Володимир **11**
Вітальне слово .....

ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА В УКРАЇНІ: ВІД ІСТОРІЇ ДО СЬОГОДЕННЯ

БОЯРСЬКА Любов
Мистецькі історії мистецьких людей:
творчі проекти студентів ННІЖ **13**

ГАНДЗЮК Віталій
Вінницька школа журналістики
у процесі підготовки
універсальних фахівців для сучасної медіагалузі **19**

ГОЯН Віта, ГОЯН Олесь
«Телерадіоклуб» як освітній
медіапроєкт для журналістів **24**

ГРИДЧИНА Вікторія
Сучасні виклики журналістської освіти **29**

ЖЕЛІХОВСЬКА Наталія
Розвиток кафедри в умовах війни **34**

ЗЕЛІНСЬКА Надія
Журналістська та видавнича освіта в Україні:
на перехресті історії та формальної логіки **41**

КОБИНЕЦЬ Алла
Журналістика завтрашнього дня
очима студентів інституту журналістики:
проблеми, тенденції, перспективи **45**

КОРНЄЄВ Віталій, ОБЕРЕМОК Олена
Кафедра історії журналістики: медіагоризонти **52**

МАДЕЙ Анна
Етика використання штучного інтелекту при створенні медіатекстів ***58***

ПОНОМАРЕНКО Людмила
Історія науки про журналістику крізь призму назви галузі ***63***

СИДОРЕНКО Наталія
Кафедральне життя завдовжки в 70 років (до літопису кафедри історії журналістики) ***67***

СОЛОМЕНКО Ліна
Соціальні мережі як майданчики для застосування комунікативних практик ***81***

ЦВІР Ольга
Соціальні мережі навчального закладу, як неформальна медіаосвіта студента ***85***

ЧЕРЕМНИХ Інна
Інтерактивні формати освіти та технології штучного інтелекту в освітньому процесі медійників ***92***

АКТУАЛІЗАЦІЯ ІСТОРИЧНОГО ДОСВІДУ УКРАЇНСЬКОЇ ТА ЗАРУБІЖНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

ВОРОНОВА Мальвіна
«Матриця життя», комунікація і соціальне безсмертя особистості ***96***

ГОНТАРЮК Сніжана
Інструментарій електронних медіа в процесі іміджбілдінгу (на прикладі порівняння публікацій про Україну в антверпенській газеті «Gazet van Antwerpen» та івано-франківської газети «Курс») ***101***

ЄВДОКИМЕНКО Ірина, ЖДАНОВА Еліза
Гендерний аспект науково-популярного українського глянцю «Локальна історія» 104

ЗИКУН Наталія
Преса на зламі часу: зміна функціональних характеристик 113

ЛОКШИН Павло
Особливості розвитку спортивної журналістики в Україні: історія та сучасні тенденції 118

МЕЛЕЩЕНКО Олександр
Британська жіноча журналістика в епоху Просвітництва 121

МЕЛЬНИКОВА-КУРГАНОВА Олена
Домінантний та альтернативні наративи у радянський та сучасний воєнний періоди в Україні 126

МИХАЙЛЮТА Валентина
Жанрові особливості мистецько-критичного контенту «Детектор медіа» 130

НЕСТЕРЯК Юлія
Історія президентських фото: світові традиції й українські реалії 138

ПОЗНЯКОВ Олексій
Українська військова журналістика XIX – початку XX століття: досвід пресової мобілізації 144

ПРИСТУПЕНКО Тетяна
Ефективність медіа як важливий чинник наукових досліджень у західно-європейському дискурсі 147

РАДЧИК Раїса
Концепт народ – держава – Україна у передових статтях Уласа Самчука. (За матеріалами газети «Волинь» (1941–1944 рр.) 158

САВЧУК Оксана
Перші українськомовні періодичні видання Канади: історико-типологічний та тематичний аспекти ***166***

ХОМЕНКО Ілля
Філософський діалог і сучасна аудіолітература ***172***

ВЕКТОРИ ВЗАЄМОДІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ, РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, PR І ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ

ВОРОНУХА Олександр
Організація рекламної діяльності закладу вищої освіти в YouTube ***178***

ГАРАНЖА Альона
SEO-тексти, як продукт гібридизації журналістики та PR у диджитал-медіа ***184***

ГУРОВА Альона
Аналіз найпопулярніших україномовних книжкових блогів у TikTok ***189***

ДЯКОВ Олексій
Пропаганда у документальному кіно тоталітарних режимів: аналіз інструментів впливу на масову аудиторію на прикладі стрічок Л. Рифеншталь ***193***

ЛИСА Ірина
Авторське самовираження та «свобода» в коміксах ***197***

ЛИСТВАК Галина
Редакторська робота з перекладами: пошуки влучного слова та експерименти ***201***

МЕЛЬНІКОВ Арсеній
Особливості реклами в Телеграм-каналах ***205***

НАПРЯГЛО Вікторія
YouTube як засіб поширення
новинної інформації ***209***

ПАВЛЮК Ігор
Реалізація сучасного українського письменника
на світовому культурно-інформаційному полі.
Особистий досвід ***212***

ХАРИТОНЕНКО Олена
Редакційні політики онлайнових медіа
як дзеркало актуальних проблемних
кейсів редакторської діяльності ***216***

ЧОРНОДОН Мирослава, ЦВІРА Анастасія
Прояви сексизму та гендерних стереотипів
у рекламі на українському телебаченні ***221***

МОВА ЯК ОЗНАКА ІДЕНТИЧНОСТІ Й ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ

БАЛАНДІНА Надія
Входження неолексем з компонентом медіа
в українську мову
(на прикладі наукового дискурсу) ***225***

ВОВК Ангеліна
Мова як чинник національної ідентичності
та національних інтересів ***230***

КУТОВА Софія
Складові ідентичності сучасних українців
у контексті мови ***235***

МАРИНЕНКО Ірина
Навчання мови в телеграм-каналах:
правописні проблеми ***240***

ПРОЦЕНКО Олеся
Самобутня українська мова
як запорука комунікативної вправності 245

СЕМЕНЮК Олег
Мова українських медіа
на тлі процесів культурної глобалізації 250

ТКАЧЕНКО Анатолій
Трагіко-медійний простір «солов'їної» 254

ШУМАРОВА Наталія
Експресивні можливості знаків пунктуації
(на матеріалі заголовків текстів
сайту Otiumportal) 261

МЕДІА В УМОВАХ ВІЙНИ

БАЮРКО Наталія
Державні комунікації в умовах війни:
виклики та перспективи 268

ВАСИЛЕНКО Микита
«Нова газета – нова зброя» 273

ВІЛЯХ Світлана
Роль фейкових новин в інформаційній війні
(на прикладі російсько-української війни) 277

ВОЛОБУЄВА Анастасія, ЧЕХОВИЧ Богдана
Наративи матеріалів про культуру на початку
повномасштабного вторгнення в Україну 280

ВОЛУЦА Вікторія
Процес підготовки журналістів
до робочого відрядження у зони бойових дій 283

ВОЛУЦА Лівія
Становище військової журналістики
в умовах повномасштабної війни
Росії проти України 287

ДЕМУЦЬКА Алевтина
Інформаційні психологічні спеціальні операції (ІПСО) як інструмент масифікації емоцій у соціальних комунікаціях ***291***

ДЗЮБА Катерина
Когнітивні фільтри і ЗМІ ***297***

ЗАГОРУЛЬКО Дмитро
Інтерактивні карти як інноваційний інструмент висвітлення подій російського вторгнення в Україну ***301***

КІЗІЛОВА Дар'я
Медіатероризм та інформаційна війна у контексті гібридної війни ***305***

ЛУЗАН Євген
Роль «ефекту CNN» у процесі ухвалення рішень щодо міжнародної підтримки України під час війни ***309***

МЕДИНСЬКА Олеся, УРМАНЕЦЬ Іван
Жанрово-тематична парадигма воєнного дискурсу регіональних онлайн-медіа «Репортер» та «Панорама» ***314***

МИСЛОВСЬКИЙ Ігор
Ризики симбіотичних зв'язків тероризму й масмедіа у висвітленні геноцидальної війни РФ проти України ***320***

НАГОРНЯК Майя
Телемарафон «Єдині новини»: до питання про зміну сутнісних і структурних характеристик ***324***

НЕСТЕРЯК Юрій
Українська журналістика на початку повномасштабної війни ***329***

ПЕЛЕШОК Ольга

Вплив війни на медіаринок Тернопільщини: досвід районних газет ***333***

РЯБІЧЕВ Вячеслав, КОРНЄЄВ Віталій

Маніпуляції контентом в умовах російської агресії ***338***

УНКОВСЬКИЙ Єгор

Літературний репортаж як спецформат воєнного часу ***343***

ЮКСЕЛЬ Гаяна

Питання деокупації та реінтеграції в Україну тимчасово окупованого Криму: інформаційний вимір ***346***

Наталія ЗИКУН,
докторка наук із соціальних комунікацій, професорка,
декан факультету соціально-гуманітарних технологій
та менеджменту
Державного податкового університету

ДРУКОВАНІ ЗМІ НА ЗЛАМІ ЧАСУ: ЗМІНА ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ХАРАКТЕРИСТИК І ФОРМАТІВ

У системі медіа друкована газета як найстаріший засіб масової інформації завжди мала своє осібне місце з огляду на історичні обставини, психологічні чинники сприйняття друкованого тексту, суспільні завдання, демонструючи також залежність від технологій. Особливо відчутний їхній вплив на розвиток газетного формату у наші дні.

Сучасний світ змінюється стрімко, нині можна говорити вже про те, що на зміну інформаційному суспільству приходить цифрове, громадяни якого активно використовують digital-технології на робочому місці, в освітній сфері, у творчості й самореалізації, під час відпочинку й організації дозвілля. Цифрові технології стають передумовою й для «досягнення та реалізації спільних економічних, суспільних та громадських цілей». Експерти серед найпоширеніших називають «Інтернет речей, роботизацію та кіберсистеми, штучний інтелект, великі дані, безпаперові технології, адитивні технології (3D-друк), хмарні та туманні обчислення, безпілотні та мобільні технології, біометричні, квантові технології, технології ідентифікації, блокчейн тощо» [13]. У цьому переліку привертають увагу «безпаперові технології», що активно входять в суспільний обіг. У процесі трансформації сучасного медіаландшафту, на фоні такого цифрового поступу в світі й Україні, з різною інтенсивністю ведуться дискусії про завершення епохи паперової преси, робляться подеколи

суперечливі прогнози. Не стаючи прямо на бік ані оптимістів, ані песимістів щодо майбутнього принтової журналістики, спробуємо окреслити актуальні функціональні характеристики сучасних друкованих ЗМІ в Україні, беручи до уваги особливості поточного моменту періоду воєнного часу та загальносвітові тенденції розвитку системи ЗМІ.

Тенденції функціонування, причини зменшення накладів і загрози існуванню друкованих медіа в Україні глибоко й аргументовано окреслила Л. Василик, яка не виключає, що в майбутньому газети залишаться лише в онлайні [1, с. 283]. Погоджуємося, що переорієнтація більшості друкованих періодичних видань, насамперед новинних, на онлайн є процесом невідворотним, серед його причин ми свого часу називали: фінансові (зокрема, відсутність механізмів адресної фінансової підтримки для розвитку невеликих роздержавлених газет); інфраструктурні й логістичні проблеми проблеми (із закупівлею паперу; із доставлянням медіапродукції Укрпоштою; невикористання в повному обсязі більшістю редакцій сучасних технологій верстки й друку); кадрові (брак кваліфікованих журналістів, неефективний менеджмент); комунікаційні (несформованість навичок ефективної комунікації редакцій з рекламодавцями, дизайнерами, аудиторією) [6, с. 106]. Відтак в Україні з кожним роком кількість паперових газет зменшується. За даними Книжкової палати України імені Івана Федорова, у 2020-му р. їх виходило друком 1529, з них – 467 загальнодержавної сфери розповсюдження, 214 регіональних та 752 місцевих [8]. Саме місцеві, які становлять майже половину від усієї кількості, мають найбільше шансів продовжувати виходити на папері, що визнають самі редакції [4]. Паперові газети виконують важливі функції, де вони є більш ефективними від інших ЗМІ. Серед таких функцій місцевих ЗМІ – бути рупором громади, консолідувати її; сприяти поширенню місцевих новин, залучати аудиторію до обговорення й розв'язання локальних проблем; формувати місцевих лідерів, давати можливість їм комунікувати з громадою;

творити імідж регіону; приваблювати інвесторів; сприяти ефективності діяльності місцевої влади.

Значна частина аудиторії медіа у невеликих містах, у багатьох районах – це люди літні і старшого віку, які віддають перевагу традиційним джерелам інформації. І не лише через неготовність «контактувати» із сучасними пристроями. Сьогодні в Україні, попри збільшення кількості цифрових послуг, можливості скористатися ними існують не скрізь: інтернет-комунікації відсутні у малих населених пунктах, у гірських регіонах. Загострюється проблема зі стабільність інтернету через виклики воєнного часу.

Повномасштабна війна в Україні змусила переоцінити роль паперових газет, які на прифронтових і деокупованих територіях є єдиним джерелом правдивої інформації, «символом об'єднання, віри, натхнення українців до боротьби і перемоги» [3]. НСЖУ разом із міжнародними фондами докладає багато зусиль для підтримки таких медійних проєктів. Інформація про безпекову ситуацію в регіоні, про головні події, публікації, які допомагають у критичних ситуаціях, важливі для жителів усіх регіонів. Саме так бачить свою мету редакція «Цивільного фронту Київщини», уже другого видання в області, започаткованого під час війни, що є свідченням розуміння важливості друкованого слова для людей, особливо середнього і старшого віку [12].

Окремо можна говорити про військові друкові ЗМІ, газети для військових, паперові газети, які могли б поширюватися на передовій, про спеціальну «польову версію» видання. Проте нині багато дискусій щодо доцільності такого видання, ефективний формат, видавця, (не)відповідності чинному законодавству. У 2015 році, після ухвалення закону про реформування державних та комунальних ЗМІ, роздержавлення ЗМІ, в Україні військові друковані видання закрилися. Хоча органи сектору безпеки і оборони демократичних країн (ЄС, США, Канада тощо) з високими стандартами захисту свободи слова є засновниками таких видань [14].

На співвідношення різних типів ЗМІ у світі, крім вікових характеристик аудиторії, впливають: сформованість і підтримування культури щоденного читання газет (як у Німеччині, Естонії); рівень довіри до місцевих ЗМІ (Швеція); розширення напрямів співпраці з читачами, пошук каналів доставки газет самими редакціями без задіювання посередників. Такі приклади нині маємо і в Україні [2]. Газета залишається форматом, який характеризується тісним емоційним зв'язком читачів із брендом, але очікування від якого особливі: «До сучасної друкованої преси вимоги майже як до книжки – вона має бути цікавою, пізнавальною, актуальною, але водночас не зовсім злободенною. Хочеться читати статті, які не «помирають» наступного дня, а відкривають ширші горизонти. Ґрунтовні історичні розвідки, інтерв'ю з непересічними фахівцями з різних галузей, рецензії на свіжі книжки й вистави, глибокий політичний аналіз, викладка міжнародних подій» [10].

Автори підкреслюють, що паперова газета є кращим форматом для аналітики, для більш глибокого висвітлення теми, яка викликала інтерес аудиторії, тому інтернет є не стільки конкурентом паперовим форматам, скільки спільником, можливості якого варто використовувати для вивчення інформаційних потреб читачів [9]. Про комплексність інформаційних завдань видання, необхідність розширення каналів впливу на аудиторію, вибудовуючи різні типи комунікації, трансформування газети в своєрідний «інформаційний супермаркет» говорить К. Григоренко [2]. Тобто, за вмілого поєднання різних платформ паперові видання матимуть свою аудиторію, свої теми, свої завдання, ефективні жанрові формати. О. Погорєлов вважає, що безумовно матимуть перспективи і в майбутньому спеціалізовані видання, які транслюватимуть якісну й ексклюзивну інформацію (вузькоспеціалізовані фахові видання; видання для саморозвитку тощо) [9]. Вони не лише оприявлюють інформацію, яка залишається актуальною протягом тривалого часу, великі за обсягом тексти краще аналізувати й сприймати на паперових носіях, зручно опрацьовувати

незалежно від технічних засобів. Є теми й видання, які формують певну спільноту однодумців, і це вже культивування відповідної культури читання й життя [7]. Вони сприяють мислительним процесам, критичності мислення й креативності: «Можна продивитися сотні телевізійних новин, але не винести з цього нічого, можна прочитати газету про просвітництво – і народиться думка. Кожен читач обирає свій інформаційний простір, і газетам в списку вибору теж є місце»; «робота з паперовими носіями добре впливає на матрицю знань людини» [11]. Друковане видання забезпечує стабільність площини інформації, формує певну наративність усього видання, коли простежується певний логічний зв'язок усіх текстів [7]; як вказує С. Тихий, «друкований ЗМІ – це стабільний синтез картини дня чи тижня, який робиться професійними журналістами, ілюстраторами, редакторами», що також важливо, коли не має можливості пошуку і порівняння суперечливої інформації у різних джерелах [5].

Таким чином, друковані газети ще поборються за своє місце в системі ЗМІ, залишаючись ефективним і затребуваним форматом, виконуючи низку важливих суспільних функцій, розвиваючись як проєкти спеціалізовані, аналітичні, просвітницькі, формуючи свою віддану аудиторію.

Список використаних джерел

1. Василик Л. Тенденції функціонування друкованих медіа в Україні. *W kręgu prasy dawnej i współczesnej. Wybrane problemy.* Warszawa : Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2021. Т. 1 s. 272−287. URL : https://archer.chnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2879/1/kowal-w%20kr%C4%99gu%20prasy%201%281%29.pdf (дата звернення: 10.11.2023).
2. Газета має змінюватися, як і звички людей: успіх видання – це присутність на всіх цифрових платформах. *NSJU*. 12.06.2020. URL : http://surl.li/nbzpx (дата звернення: 10.11.2023).
3. Газети на прифронтових і деокупованих територіях працюють в економному режимі. *Укрінформ*. 04.07.2023. URL : http://surl.li/nbzqg (дата звернення: 10.11.2023).
4. Філіппов А. Головна редакторка газети «Степова зоря»: «Друковане ЗМІ, особливо локальне, має майбутнє». *ЛИЦА*. 26.03.2019. URL : http://surl.li/nbztw (дата звернення: 10.11.2023).
5. Данькова Н. «Народна армія» 2.0. Міноборони хоче відродити газету для військових − чи потрібна вона і що про цю ідею думають бійці. Детектор медіа. 26.06.2022. URL : http://surl.li/nbzqj (дата звернення: 10.11.2023).

6. Зикун Н. Місцеві ЗМІ й формування іміджу українських регіонів. *Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики.* Міжн. наук.-практ. конф., Київ, 23 вересня 2022 р. Київ: Видавн. центр КНУКіМ, 2022. С.105−107.

7. Іванців А. Друк − новий чорний. Чому онлайн-медіа видають журнали та газети? *Український культурний фонд. Екземпляри XX століття.* URL : http://surl.li/nbzqv (дата звернення: 10.11.2023).

8. Іщенко Н. За паперовим горизонтом: Песимістичний огляд газетної індустрії. *День.* 2021. № 119-120. URL : http://surl.li/nbzqz (дата звернення: 10.11.2023).

9. Кундіренко Г. Чи витіснить Інтернет друковану пресу? *BBC NEWS Україна.*10.02. 2011. URL: http://surl.li/nbzrk (дата звернення: 10.11.2023).

10. Любка А. Про читання паперової газети. *День.* 28.04.2017. URL : http://surl.li/nbzrz (дата звернення: 10.11.2023).

11. Сіренко А. Яке воно життя газет у просторі сучасних ЗМІ? *УКРАЇНА ІНФОРМ.* 09.02.2021. URL : http://surl.li/nbzsr (дата звернення: 10.11.2023).

12. Смовж П. Місцеві газети чекають підтримки. Укрінформ. URL : http://surl.li/nddbp (дата звернення: 10.11.2023).

13. Україна 2030Е − країна з розвинутою цифровою економікою. *Український інститут майбутнього.* URL : http://surl.li/pmwq (дата звернення: 10.11.2023).

14. «Це ж уже було»: Міноборони України і Безугла ініціювали створення газети для військових. *Новинарня.* 14.06.2022. URL : http://surl.li/nbzuf (дата звернення: 10.11.2023).

Павло ЛОКШИН, *здобувач вищої освіти.*
Науковий керівник:
В. ГРИСЮК,
доктор філософії в галузі журналістики(PhD),
старший викладач кафедри журналістики та нових медіа
факультету журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка

СПОРТИВНА ЖУРНАЛІСТИКА В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Якщо взяти до уваги спортивну журналістику в період незалежної України, то спочатку важливо врахувати те, що на відміну від періоду СРСР і раніше окремою вагомою структурою стала тележурналістика. Безумовно, тележурналістика була і в XX столітті як і на території України, так і за її кордонами. Наприклад, вперше в історії футбольний матч був показаний по телебаченню ще в 1937-му році. Це була гра лондонського «Арсеналу» проти