

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕДІАПРОСТОРУ

II ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

09 квітня 2020р

II Всеукраїнська
науково-практична
конференція

Актуальні проблеми медіапростору

(09 квітня 2020 р.)

збірник матеріалів конференції

УДК 007:304:070:81'42

Актуальні проблеми медіапростору : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 09 квітня 2020 р.). – К. : Інститут журналістики, 2020. – 256 с.

До збірника ввійшли матеріали і тези доповідей, подані учасниками II Всеукраїнської науково-практичної «Актуальні проблеми медіапростору» 09 квітня 2020 року, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка) до її Організаційного комітету.

Тексти публікуються в авторській редакції. За науковий зміст і якість поданих матеріалів відповідають автори, а також (для студентів і аспірантів) наукові керівники.

посилання для перегляду та коментування матеріалів

<http://journ.knu.ua/nauka1/090420-2>



© Інститут журналістики
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, 2020
© Автори статей, 2020

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ (ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, РЕКЛАМИ, ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ, МЕДІАКОМУНІКАЦІЙ)

- Мірошниченко П. В.* Медіаграмотність і медіакритичність в умовах пандемії..... 8
- Мисловський І. В.* Полісуб'єктне інтерв'ювання як інтегральний метод дослідження проблем журналістської освіти..... 14
- Носова Б. М.* Проект Еразмус+ KA2 DESTIN – про лідерство і якість у журналістській освіті 20
- Shypovskiy V.* Actual Problems Forming an Effective Narrative During Peacekeeping Operations: NATO'S Lessons Learned..... 24
- Черемних І. В.* Використання емоційного інтелекту в медіаменеджменті для управління людськими ресурсами 27
- Катеринич П.В.* Новинні інтернет-портали на освітню тематику в медійному ландшафті України..... 33

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ У ТРАДИЦІЙНИХ ТА НОВІТНІХ МЕДІА

- Джолос О. В.* Європейські стандарти мовлення громад в Україні..... 37
- Приступенко Т. О.* Медіапростір України: сучасні виклики та загрози 43
- Гоцур О. І.* Мова ворожнечі у матеріалах інтернет-медіа на релігійну проблематику 50
- Кобинець А. В.* Реформована преса – українській армії: з досвіду випуску військових газет для ЗСУ журналістами Сумської області 55
- Гоян О. Я., Гоян В. В.* The BOBS – відеоблогінг українською на Deutsche Welle 61
- Голік О. В.* Комунікації в мережі інтернет як засіб просування косметичних товарів 67
- Ващенко Н. М.* Особливості впливу російської пропаганди на українське суспільство в умовах гібридної агресії Росії проти України 72
- Пономаренко Л. Г.* Масмедійна реальність: погляд у часи пандемії коронавірусу 78

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО- КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

- Бондаренко І. С.* Термінологічна конфронтація понять “техніка” й “технологія”: у пошуках історичної правди 84
- Сащук Т. І.* Трансформація інтернет-комунікацій: роль соціальних мереж 90

*ГРОМАДЯНСЬКІ МЕДІА /
BÜRGERLICHEN MEDIEN*

Соломахін А. Ф., Тулузакова О. Г. Передумови
для створення громадянських ЗМІ в Україні 96

Kondrico A.A. Erfahrung Unabhängiger
Fernsehmedien Im Saporishsher
Informationsraum..... 103

Чернявська Л. В. Тематика контенту місцевих
медій в німецькому та українському
медіапросторі 109

Годунок З. В. Можливості застосування
досвіду громадянських медіа для реформування
місцевих ЗМІ (на прикладі місцевих
ЗМІ м. Вараш) 115

Тяпкіна Н. І. Модель імплементації досвіду
громадянських медіа Німеччини в регіональний
інформаційний простір Запоріжжя 121

Юксель Г. З. Громадянська журналістика в Криму:
тенденції розвитку та форми існування 127

Вялкова І. О. Потенціал місцевого проекту
«Від себе» для створення громадянського ЗМІ 133

Іванюха Т. В. Формування мережі партнерів
як важливий етап запровадження регіонального
громадянського медіапроекту 136

Колупаєва О. М., Голуб О. С. Розробка проекту
регіонального громадянського медіа..... 143

Нестеренко О. А. Функціонування моделі спільної
журналістики («PRO-AM Journalism») у сучасному
медіапросторі 148

<i>Мединська О. Я., Прокопенко Н. М., Синоруб Г. П.</i> Громадянські медіа в Україні: погляд студентської молоді	156
<i>Іващук А. А.</i> Громадянські медіа: досвід Німеччини та Українські перспективи.....	169
<i>Боровик А. А.</i> Громадянські медіа: Німецький досвід та моделювання ЗМІ з дитячим контентом на регіональному рівні.....	176
<i>Мельнікова Ю. О.</i> Громадянське медіа Бердянська: розробка концепції	181
<i>Белінська І. В., Шендеровський К. С.</i> Застосування досвіду громадянських медіа Німеччини (BVBM) у регіональному ландшафті Українських медіа	190
<i>Фінклер Ю.Е.</i> Професійні журналісти VS громадянське телебачення	198
<i>Яресько К. В.</i> Виховна діяльність громадських організацій як засіб формування професійних стандартів журналіста	202
<i>Іванова І. Б.</i> Медіапроект «Накипіло» як успішний досвід розбудови незалежних ЗМІ.....	207
<i>Мельничук Ю. Г., Попович Ю. О., Захарук І. Д.</i> Перспективи мовлення громад в Україні: на основі досвіду суспільного мовника та німецького громадянського мовлення (на прикладі ОТГ Хотинського району Чернівецької області).....	211
<i>Доценко М. В.</i> Громадянська журналістика на неокупованій Донеччині: переваги розвитку.....	223

Громадянські медіа: досвід Німеччини та Українські перспективи



*Іващук А. А., к. соц. ком.,
доцент, завідувачка кафедри
реклами і зв'язків з громадські-
стю Факультету міжнародних
відносин Національного авіацій-
ного університету*

У статті досліджується досвід Німеччини у контексті сучасного розвитку громадянських медіа і аналізуються перспективи України у популяризації такого виду засобів масової комунікації. Охарактеризовано недоліки і переваги цього явища, а також запропонована тематика контенту для українського громадянського медіа.

Ключові слова: громадянська журналістика, громадська журналістика, комунікація, цільова аудиторія, громада.

ZIVILMEDIEN: DEUTSCHLANDSEREFABHRUNG UND UKRAINISCHE PERSPEKTIVEN

Der Artikel untersucht die Erfahrungen Deutschlands im Kontext der modernen Entwicklung der zivilen Medien und analysiert die Perspektiven der Ukraine bei der Popularisierung dieser Art von Medien. Die Nachteile und Vorteile dieses Phänomens werden beschrieben, und das Thema des Inhalts für ukrainische zivile Medien wird vorgeschlagen.

Schlüsselwörter: Bürgerjournalismus, öffentlicher Journalismus, Kommunikation, Zielgruppe, Community

Громадянські медіа, як ефективний майданчик для висвітлення важливих для суспільства проблем та досягнень регіону, селища, району тощо, є цікавими та дієвими в сучасних реаліях. Адже в часи гострої кризи довіри до традиційних засобів масової інформації, такий вид медіа зможе вирішити проблему нестачі достовірної, актуальної, об'єктивної, а також локальної інформації, якої потребує суспільство.

Метою дослідження є, проаналізувавши німецький досвід функціонування громадянських ЗМІ, окреслити перспективи функціонування таких медій в українському інформаційному просторі.

Перед нами постає декілька завдань:

- проаналізувати дефініції громадянське і громадське медіа;
- окреслити передумови виникнення та особливості функціонування німецьких громадянських ЗМІ;
- проаналізувати український інформаційний ринок, щодо можливості створення регіональних громадянських медій;
- запропонувати актуальні тематичні блоки для української громадянської медіаплатформи;
- окреслити перспективи розвитку громадянських медій в Україні.

Перспективи розвитку громадянської журналістики досліджували чимало вітчизняних і зарубіжних науковців, таких як: О. Гресько [1], Ю. Залізник [2], Г. Почепцов [3], В. Різун [4], В. Романюк [5], Ребекка Блуд [6], Джей Розен [7] та інші. Проте на сьогодні все ще дуже поширеною є деяка плутанина в дефініціях: громадська і громадянська журналістика. Громадська журналістика – орієнтована на місцеву, чітко визначену цільову аудиторію, висвітлюються події професійними журналістами, зазвичай акцентує свою увагу на проблемах міських районів, селищ, та регіонів.

Як зазначає дослідник Ю. Залізник: «ці теми в громадських медіях переважають над подіями масштабу великого міського центру, держави чи світу, які висвітлюються з точки зору можливого впливу на місцеву аудиторію. Таким чином, громадська журналістика, відображає ті факти та тенденції, до яких зазвичай не «опускаються» центральні медіа» [2].

Громадянська журналістика, яку іноді називають публічною, вуличною або журналістикою участі, базується на ролі громадян, які виконують функції професійних журналістів: збирають, опрацьовують, передають інформацію; пишуть новини, беруть інтерв'ю, знімають та монтують сюжети. Така журналістика ще відома, як *citizen journalism*.

На відміну від громадської журналістики, де працюють професійні, належним чином підготовлені журналісти, громадянська журналістика спирається на аматорів-журналістів, які можуть запропонувати власне бачення реалій і керуються своєю активною позицією, зважаючи на аргументи, що традиційні медіа не висвітлюють усі важливі для аудиторії новини [8].

Абсолютно очевидно, що непрофесійне походження громадянської журналістики не може не містити певних недоліків. Адже така журналістика не може бути у повній мірі якісною і об'єктивною, не ґрунтується на необхідних знаннях та не регулюється етичним кодексом журналіста та спеціальними Законами. Проте, безперечно, громадянська журналістика має і ряд переваг.

Дослідження феномену громадянської журналістики неможливе без досліджень світового досвіду. Проаналізуємо досвід Німеччини у формуванні громадянських медій. Спочатку німецькі громадянські медіа були лише платформою, яка надавала кожному можливість висловити свою думку через самостійно створені теле-радіо програми у кабельних мережах. На сьогодні ситуація суттєво змінилася: громадянські ЗМІ посіли важливе місце в інформаційному просторі країни. На сьогодні налічується близько 140 громадянських

станцій, різних за каналами комунікації, потужністю та можливостями. Такі медіа мають різні моделі фінансування, різної форми власності та структури. На тлі світової кризи комерційних засобів масової комунікації, громадянські медіа набули великого значення для комунікації суспільства з владою, висвітлення проблем та вузьких тем, які стосуються певного регіону.

Такі ЗМІ виконують ще і функцію навчання, адже це чудові майданчики для усіх бажаючих спробувати себе в професії кореспондента, продюсера, редактора, медіа-дизайнера тощо. Також вони є чудовою платформою для студентів-журналістів, які можуть на практиці застосовувати теоретичні знання, або працювати практично в рамках роботи над дипломним дослідженням.

У 2017 році було створено «Федеральну спілку громадянських ЗМІ», що стало важливим кроком у подальшому розвитку громадянської журналістики в Німеччині.

На сьогодні в Україні, як і в усьому світі, стрімко набирає обертів розвиток інформаційно-комунікаційних технологій. Уже сьогодні ми можемо бачити вплив блогерів, лідерів думок, активних представників громади на суспільну думку. Точиться дискусія щодо того, чи можна вважати журналістом кожного, хто публічно оприлюднює інформацію, яка є важливою для суспільства за допомогою каналів комунікації. Громадськість все більше впливає на політичні, економічні та соціальні процеси, бажаючи не тільки брати активну участь у обговоренні важливих питань, а й ініціювати теми, які мають суспільну вагу для конкретної аудиторії: чи то питання культури, політики, благоустрою території, соціальні аспекти тощо.

Місія громадянської журналістики полягає в наданні актуальної, достовірної, незалежної, правдивої та різнобічної інформації самими громадянами, які не мають журналістської освіти, але мають право брати участь у журналістській діяльності як представники демократичного суспільства. Попри аматорський під-

хід і відсутність традиційного алгоритму обробки даних громадянська журналістика миттєво оприлюднює й поширює інформацію в мережі Інтернет в інтересах громадян або громад [1].

В Україні, незважаючи на велику кількість зареєстрованих ЗМІ, розвиток і популяризація громадянських медіа є дуже актуальною. Адже попри велику кількість інформаційних ресурсів, українське суспільство потребує якісного, оперативного ресурсу, який би викликав довіру, адже громадянські ЗМІ – незалежні, в них не може бути власників, редакційних настанов або завдань. Історія становлення та розвитку в Німеччині громадянської журналістики переконує, що такий шлях є реальним і в Україні.

Безумовно, на українському інформаційному просторі з'являлися громадянські медіа. Прикладом, коли громадська позиція втілюється в медійний проєкт в Україні, став харківський проєкт «Накипіло». Перші відеоматеріали були зняті під час подій Майдану в Харкові. Головна ідея проєкту – доносити думки людей з багатьох сторін і швидко реагувати на різні події. За час існування «Накипіло» створила близько 400 відео, здебільшого про події в Харкові, області, збройний конфлікт на Донбасі. Ініціатори проєкту відзначають велику роль довіри активістів, громадських організацій, які хочуть співпрацювати та розвивати медіа.

Дуже цікавим є дослідження В. Романюк про стан громадянських медіа в Україні. Основним критерієм вибірки для дослідження стали медіа, організовані громадською ініціативною групою, для яких журналістика не є основною професією, фінансуються за допомогою внесків чи грантів або на волонтерських засадах та має свій веб-сайт. Було проаналізовано 180 ресурсів, що підпадали під ці характеристики. Результати дещо здивували дослідників. «У нас було стійке переконання, що ми маємо вчити людей інструментів: як знімати, писати, редагувати, показати різні можливості і технології. Але 22% опитуваних людей, на-

писали, що хотіли би дізнатись як монетизувати контент та знайти грантове фінансування, як просувати у соціальних мережах (17%), як формувати стратегії та утримувати увагу аудиторії (10%). А отримати знання інструментарію та технологій, вміння писати тексти хотіли лише 10% і 9% респондентів», говорить Вікторія Романюк [5].

Також цікавим джерелом для дослідження є громадянська телевізійна студія «Толока». Будь хто може прийти і провести ефір, попрацювати у ролі журналіста, взяти участь у дискусії. Ця студія була реалізована завдяки Громадському бюджету міста Києва. Має свою сторінку у Facebook (https://www.facebook.com/pg/Tolokastudio/about/?ref=page_internal), свій сайт та YouTube-канал (<https://www.youtube.com/c/tolokaobolon>). Аналізуючи контент цього громадянського медіа, можна побачити, що воно є достатньо популярним: сторінка Facebook налічує більше 10 000 підписників, а відео на YouTube, приблизно 1500-2000 переглядів, що свідчить про затребуваність таких медіа на українському інформаційному просторі.

Проаналізувавши контент українських громадянських медіа та дослідивши активність аудиторії, щодо висвітлення різних тем, можна запропонувати наступний тематичний розподіл, який може бути базовим для таких медій: політика (30%), новини регіону/району/селища (20%), соціальна тематика (17%), громадська діяльність (10%), культура (8%), розважальний контент (8%), медіаграмотність (8%).

Зважаючи на те, що в будь-якій демократичній країні громадянська журналістика є важливою складовою суспільних змін, є своєрідним контролем владних структур, містком комунікації суспільства з владою, можливістю привернути увагу владних структур до локальних проблем громади, отримувати відповіді на соціальні запити, перспективи розвитку такої журналістики в Україні високі. Залишається відкритим питання щодо фінансування таких медій, проте, зважаючи на досвід українських громадянських медіа,

бачимо, що джерела фінансування можуть бути різними: грантові проекти, участь в громадських бюджетах, краудфандинг тощо.

Отже, очевидно, що модель розвитку громадянських медіа в Україні буде відрізнятися від німецької моделі, з огляду на різні політичні, економічні та соціальні чинники, проте роль таких медіа у формуванні демократичного суспільства не можна недооцінити. Завдяки таким медіа, суспільство має змогу ставати громадянсько активним і відповідальним, забезпечує контроль над владою, має змогу виносити на обговорення події, які актуальні саме для конкретної громади, отримувати відповіді на соціальні запити. Сьогодні всі комерційні засоби масової інформації перенасичені рекламними повідомленнями і залежать від реклами, тому це не може не впливати на контент. Громадянські медіа можуть формувати свою ефірну сітку відповідно до потреб цільової аудиторії, також враховуючи пізнавальну і виховну функції ЗМІ.

Список літератури

1. Гресько О. В. Роль і місце громадянської журналістики у процесі творення новин / О. В. Гресько // *Держава та регіони. Сер. Соц. комунікації*. – 2015. – Вип. 2. – С. 76-80
2. Залізник Ю. Громадська журналістика: досвід США і шанси для України в епоху WEB 2.0 / Ю. Залізник // *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. – 2013. Вип. 38. – С.488-496
3. Почепцов Г. Інформаційно-комунікативні процеси в сучасних суспільствах [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/13544>.
4. Різун В. В. / Маси / В. В. Різун. – Київ : Київ. ун-т, 2003. – 264 с.
5. Режим доступу: <http://journalism.ucu.edu.ua/program-highlights/4698/>
6. Rebecca Blood. *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog* / Rebecca Blood. – 2002. – 195 p.

7. Rosen, Jay «A Most Useful Definition of Citizen Journalism». PressThink. Retrieved 21 May 2012. http://archive.pressthink.org/2008/07/14/a_most_useful_d.html
8. Radsch, Courtney C. *The Revolutions will be Blogged: Cyberactivism and the 4th Estate in Egypt*. Doctoral Dissertation, American University, 2013.

Громадянські медіа: Німецький досвід та моделювання ЗМІ з дитячим контентом на регіональному рівні



Боровик А. А., к. соц. ком. Дні-
провський національний універ-
ситет імені О. Гончара

BÜRGERMEDIEN: DEUTSCHE ERFAHRUNG UND MODELLIERUNG VON KINDERORIENTIERTEN MEDIEN AUF REGIONALER EBENE

Die Thesen widerspiegeln deutsche Erfahrung von Bürgermedien sowie Besonderheiten deren Finanzierung und Entwicklung am Beispiel von OK-TV Ludwigshafen. Das Modell von kinderorientierten Bürgermedien wird angeboten. Die Rolle von Bürgermedien in Bezug auf Erhöhung der bürgerlichen Medienkompetenz wird bestimmt.

Schlüsselwörter: Bürgermedien, Massenmedien, Kindercontent, Medienkompetenz.

Існування громадянських медіа в країні є однією з ознак громадянського суспільства. Задля вивчення