

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
"ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ"

II Всеукраїнська науково-практична конференція

ЖУРНАЛІСТИКА ТА СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ
в контексті становлення
громадянського суспільства в Україні та світі:
виклики, тенденції, перспективи

15 березня 2024

Національний університет «Одеська юридична академія»
Факультет журналістики

ЖУРНАЛІСТИКА ТА СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В КОНТЕКСТІ СТАНОВЛЕННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ І В СВІТІ: ВИКЛИКИ, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ

Матеріали

II Всеукраїнської науково-практичної конференції

(Одеса, Національний університет «Одеська юридична академія»,
15 березня 2024 року)

Одеса 2024

Відповідальний за випуск:

Скалацька Олена Віталіївна

– доктор філософських наук, доцент, декан факультету журналістики
Національного університету «Одеська юридична академія»

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [наук. ред.
В.Колкутіна, упоряд. Ю.Грушевська]. Одеса: Національний університет
«Одеська юридична академія», 2024. 151 с.

Матеріали конференції присвячені визначенню перспективних напрямів
досліджень журналістики й соціальних комунікацій.

Призначається для науковців і викладачів у галузі соціальних комунікацій, а
також аспірантів, студентів і широкого кола читачів.

Матеріали публікуються в авторській редакції.

РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ І СТВОРЕННЯ СЕРІЇ ПОДКАСТІВ НА ТЕМУ ПІДТРИМКИ ГРОМАДЯНАМИ, СПІЛЬНОТОЮ М. ОДЕСИ ФОРМУВАНЬ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОБОРОНИ	50
Колесник Вікторія	
РОЛЬ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ БРЕНДУ «ОДЕСЬКА БУЛОЧНА»)	55
Кукін Андрій	
ПСИХОЛОГІЯ ТА СОЦІОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИХ МАС-МЕДІА ЯК ФЕНОМЕНУ ПРОФЕСІЙНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ ЖУРНАЛІСТА	60
Кузьміна Дарина	
ВИКОРИСТАННЯ ЕКСПЛЕЙНЕРІВ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ТА ПОЯСНЕННЯ КЛЮЧОВИХ ПРОБЛЕМ У МЕДІАПРОДУКТАХ(НА ПРИКЛАДІ ПРОЄКТУ «КРИМ.РЕАЛІЇ»)	64
Лиса Вікторія	
ЖАНРОВІ ПЕРЕВАГИ ПОДКАСТІВ У СУЧАСНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ	68
Литвиненко Поліна	
ПРИЙОМИ ПОРТРЕТНОГО ІНТЕРВ'Ю	72
Літвінчук Ірина	
КОМУНІКАТИВНА РОЛЬ РЕКЛАМИ	76
Макеєва Іванна	
ЛІТЕРАТУРНИЙ ЖУРНАЛ ЯК ЗАСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ	79
Матвєєва Ксенія	
КОНЦЕПЦІЯ ПРОСУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ НА РИНКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ..	82
Панченко Ксенія	
ТЕХНОЛОГІЇ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ НА УКРАЇНСЬКИХ ДЕОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЯХ (ПОДКАСТИНГ)	87
Работін Юрій	
ЖУРНАЛІСТИ ПІВДЕННИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ НЕ ЗАЛИШИЛИСЯ «САМ НА САМ» З ПРОБЛЕМАМИ В УМОВАХ ВІЙНИ	91
Русакова Юлія	
ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ЖАНРУ «ЕКСПЛЕЙНЕР» В ПОЯСНЮВАЛЬНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ	95
Ричка Т.	
ПРИНЦИПИ ВІДБОРУ ЛЕКСИЧНОГО МАТЕРІАЛУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ СТУДЕНТІВ ДО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ	100
Савенкова Анастасія	

Кукін Андрій

ПСИХОЛОГІЯ ТА СОЦІОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИХ МАС-МЕДІА ЯК ФЕНОМЕНУ ПРОФЕСІЙНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ ЖУРНАЛІСТА

Розглянуто особливості та специфіка психології управління сучасних мас-медіа потенційною аудиторією за допомогою авторського журналістського тексту.

Ключові слова: масова комунікація, медіа-текст, управління в мас-медіа, комунікативна стратегія і тактика, фактори впливу на аудиторію.

Deals with some peculiarities and specifics of influential psychology of modern mass media auditory with the help of the journalists' author's text.

Key words: mass communication, media-text, management in mass-media, communicative strategy and tactics, factors of influence on auditorium.

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій останніх десятиліть вносить принципові зміни в усі сфери життя, пов'язані з масовою комунікацією: зростає кількість і видова різноманітність медіа, ускладнюється їх функціонал (інструменті і можливості: різномовні варіантисайту, рейтингування авторів і контенту, голосування, форуми, інтеграція із соціальними мережами[3. С. 45].

Проте у соціальному управлінні, на відміну від інших видів, головними компонентами є або люди або ж організаційні підрозділи в цілому. Соціальне управління в мас-медіа є безперервний процес впливу керівника (суб'єкта управління) – інформаційної редакції, журналіста зокрема – на організовану групу людей або на кого-небудь із цієї групи окремо (об'єкт управління) – потенційну аудиторію – з метою організації і координації їх спільної діяльності для досягнення найкращих результатів[2, С. 6].

Система управлінських відносин спирається на два соціально-психологічні феномени, які притаманні і ЗМІ – власне управління, тобто цілеспрямований вплив на певний об'єкт, і підпорядкування, тобто сприйнятливості і схильності підпорядковуватися цілеспрямованому впливу

суб'єкта[1. С. 77].

Зміст і цілі журналістського тексту є відносно незмінними складовими, що залежать від потреб людини, яка не завжди свідомо контролює їх. Те ж саме можна сказати і про наявні у тексті засоби образності. Щодо комунікативних прийомів то вони включають в себе засоби, за допомогою яких журналіст реалізує певний зміст і мету повідомлення, безпосередньо впливаючи при цьому на формування свідомості реципієнта в тій чи іншій галузі. Залежать вони від культури людини, рівня її розвитку, виховання та освіти.

Комунікативна техніка— це способи попереднього налаштування аудиторії на безпосереднє або опосередковане спілкування з журналістом, її поведінка в процесі взаємодії, а прийоми — це надання переваги тим чи іншим засобам впливу, включаючи друковані й електронні ЗМІ.

Можливість бути не лише споживачем інформаційного продукту, а й його творцем зумовила залучення всіх зацікавлених, бажаючих користувачів до активної інформаційної діяльності [3. С. 51].

Можна стисло позначити масово-комунікативні аспекти сучасних інформаційних рухів, апелюючи до думки про прямий та зворотній вплив mass-media на структуру та склад жанрів літератури та мистецтва, на трансформацію текстових виразів світосприйняття, яке змінюється. Вдосконалення комунікативних засобів сприяє утвердженню унікальних способів обміну повідомленнями в межах великих соціальних та культурних територій. Вони в змозі виробляти свої власні системи знаків та значень, деякі з яких досить схоже символізують навколишню дійсність, інші ж відводять в простір ілюзій та міфів, створюючи особливу «паралельну реальність», яка лише в певних точках перетинається з повсякденням[4. С. 78].

Треба пам'ятати, що журналістика служить суспільству і існує для громадян. Нині «громадянська журналістика» — це назва широкого спектру зусиль, що їх видавці та керівники відділів новин спрямовують на те, щоб

виконувати свої журналістські обов'язки таким чином, аби побороти у людей відчуття власного безсилля та відчуженості. Мета цих зусиль – розповісти аудиторії про проблеми та поточні події так, щоб вони могли приймати громадянські рішення, вступати у громадський діалог та розпочинати діяти, і взагалі виконувати свої обов'язки, як годиться в демократичному суспільстві.

Громадянські журналісти переконані, що замість просто змушувати людей переглядати новини, можна подавати їх огляд так, щоб новини спонукали замислюватися і навіть діяти. І вони впевнені, що їхній обов'язок полягає саме в цьому.

Отже, мова, будь-яка інформація завжди була і є способом впливу на волю й почуття людини, тобто сугестією, незалежно від того усна вона чи писемна. Сприймання експресивного висловлювання – це процес і результат мовленнєвої діяльності людини (читача, слухача), спрямованої на розуміння думок та емоцій автора, з урахуванням того, що будь-яке висловлювання становить собою вираження певної позиції мовця до інших комунікантів, тобто його вербальну егоцентричність [6. С. 90].

Література

1. Гресько О.В. Роль і місце громадянської журналістики у процесі створення новин. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2015. № 2(22). С. 76–80.
2. Крапивіна Д.А. Сучасний стан управління регіональними медіа платформами. *ефективна наука. Економічна наука*. № 8. 2020. С. 5–10
http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/155.pdf
3. Лисенко В. Громадянська журналістика та реалізація права на інформацію. *Публічне право* № 3 (39). 2020. С. 45–51.
4. Стекольщикова В. А. Специфіка та закономірності використання метаекспресивів, що посилюють виразність журналістських текстів у різних формах відображення дійсності. *Соціальні комунікації: теорія і практика*. Т 7. 2018. С. 74–79
5. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси. За ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП ; АУП, 2008. 300 с.
6. Федорищак Х., Мосора Л. Місце та роль засобів масової інформації у сфері

публічної політики. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління. № 1(61). 2022. С. 86–91.

Науковий керівник: Стекольщикова Валентина Андріївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, завідувачка кафедри журналістики та філології ПЗВО «Міжнародний класичний імені Пилипа Орлика