

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.

РОЛЬ МЕДІЙНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ У ФОРМУВАННІ ВЗАЄМОРОЗУМІННЯ В СУСПІЛЬСТВІ.....	105
Семенова Катерина	
ТЕОРЕТИЧНІ І МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	109
Сіміцар Владислав	
ЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ВЕДЕННЯ ІНТЕРВ'Ю НА ПРИКЛАДІ ВІДЕОІНТЕРВ'Ю ВЛАДИСЛАВА СІМІЦАРЯ З ДМИТРОМ ВОЛКАНОВИМ	114
Стеколыщикова Валентина	
ТЕКСТОТВОРЧІСТЬ ЖУРНАЛІСТА ТА СОЦІАЛЬНЕ СЬОГОДЕННЯ: АМБІВАЛЕНТНІСТЬ ВІДОБРАЖЕННЯ, ХАЙПОВІСТЬ ТА ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА...	119
Тодоров Ігор	
КОМУНІКАЦІЙНИЙ ВИМІР НОВІТНІХ БЕЗПЕКОВИХ УГОД УКРАЇНИ	122
Чабала Уляна	
НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ВІЙСЬКОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ.....	125
Цилосані Анна	
ОСОБИСТИЙ БРЕНД ЯК ФОРМА ПРОСУВАННЯ ПСИХОЛОГІВ ТА ЕКСПЕРТІВ (НА ПРИКЛАДІ КАТЕРИНИ ЛАЗОР)	128
Чубук Олег	
МЕТАМОРФОЗИ НОВИННОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ «РОЛІ» СМАРТФОНА У ВИРОБНИЦТВІ Й ОТРИМАННІ НОВИН	133
Шкрабак Єлизавета	
ПРОПАГАНДА ЗА ДОПОМОГОЮ СИМВОЛІВ У XX-XXI СТОЛІТТІ.....	138
Шмаленко Юлія Іванівна	
СВОБОДА СЛОВА ЧИ ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА: ДИНАМІКА ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ ЩОДО ДЕРЖАВНОГО КОНТРОЛЮ НАД ІНТЕРНЕТ-КОНТЕНТОМ.....	141
Яковенко Олексій	
МЕТОДИКИ АНТИПРОПАГАНДИСТСЬКОГО ВПЛИВУ ПІД ЧАС ВІЙНИ	146
Автори	
	150

Чубук Олег

МЕТАМОРФОЗИ НОВИННОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ «РОЛІ» СМАРТФОНА У ВИРОБНИЦТВІ Й ОТРИМАННІ НОВИН

Розглянуто місце і роль новинної журналістики у контентному наповненні, журналізмі і змісті медіа, а також виклики і загрози, які постали на її шляху. Наводячи приклади з практики вітчизняних медіа і журналістів, автор діходить висновку про взаємозалежність, взаємопроникнення, «взаємопоглинання» новинної і мобільної журналістики в умовах зростання «смартфонного фактора», коли смартфон стає одним із основних засобів виробництва і отримання новин.

Ключові слова: новинна журналістика, мобільна журналістика, смартфон, медіа, соціальні мережі, інформаційні продукти, формат, аудиторія.

The place and role of new journalism in the content field, journalism and media change, as well as the protests and threats that have come their way today are examined. Based on examples from the practice of foreign media and journalists, the author draws conclusions about the interdependence, interpenetration, “mutuality” of new and mobile journalism in the minds of the growing “smartphone factor”, if the smartphone becomes one From the main features of the development and extraction of new products.

Key words: news journalism, mobile journalism, smartphone, media, social networks, information products, format, audience.

Новинна журналістика, як одна із основних форм подання журналістської інформації, посідає провідне місце в журналізмі, змісті медіа. Її переваги в економічності і швидкості виробництва інформаційних продуктів і форматів та їх «споживання», об'єктивності (в основі новини лежить факт, або ж дії чи чийсь слова), в існуванні загальноприйнятих композиційних побудов.

Разом з тим, на сьогодні новинна журналістика – в усіх її різновидах – долає чималі виклики і загрози, пов'язані з «розмитістю» інформаційного простору. Знизилася якість новин. Сьогодні новини продукують й соціальні мережі, і вони стали джерелом інформації для багатьох українців. Останнім

часом серйозну конкуренцію новинній журналістиці складає месенджер «Telegram», значна частина каналів якого є анонімними, не проводить верифікацію інформації, не прагне знаходити її підтвердження із щонайменше двох джерел, і тим самим випереджає медіа в швидкості подачі продукту аудиторії. Саме виробництво і споживання новин значною мірою «перейшли» в смартфон.

Згідно опитуванню, проведеному авторитетним ком'юніті в галузі медіа *Nieman Lab*, одним із передбачень збоку відомих журналістів, редакторів і медіадослідників на 2024 рік є *таке: індустрія новин зразка 20-го століття закінчується, великі медіакомпанії почнуть створювати окремі команди та нові продукти, не схожі на попередні. Хтось зможе знайти новий спосіб отримати охоплення, а хтось заповнить локальні ринки, де немає місцевих новин. Найважливіше завдання на наступні роки - змінити суспільне сприйняття соцмереж, щоб аудиторія більше не сприймала їх як надійне джерело інформації про світ. Для цього потрібно робити подання новин гіперперсоналізованим. Штучний інтелект створюватиме матеріали, які відповідатимуть інтересам та рівню контексту конкретного читача [1].*

В умовах, що склалися, новинна журналістика, щоб бути адекватною змінам, теж має додати в оперативності. «Інформаційка» (як ще називають новинну журналістику) при загальному тренді здешевлення виробництва не може укрупнюватися або, скажімо, ускладнювати доступ до контенту. «Підштовхує» до цього й широкомасштабне вторгнення військ РФ в Україну: та ж сама потреба в зростанні оперативності, подекуди брак професійної техніки спонукали журналістів до творення контенту з того, що є, так би мовити, «під руками». А найперше під руками у них – смартфон. Таким чином, наслідком зростання використання мобільних пристроїв є збільшення популярності мобільного контенту та мобільної журналістики, а для багатьох реципієнтів смартфон перетворюється в основний канал отримання новин та контенту.

Отже, здавалося б очевидним, що чи не найголовнішим вектором

розвитку новинної журналістики є її рух в напрямку мобільної журналістики. Проте, подібний висновок є не зовсім коректним. І точно не може йти мова про поглинання останньою новинної журналістики, чи про її «розчинення». Скоріше, мова може йти про інтеграцію. Беззаперечний авторитет в мобільній журналістиці, репортер BBC 5 Live Ніколас Гарнетт щодо цього зазначає: «Насправді, я ненавиджу цю назву (мобільна журналістика), і колись вона зникне. Бо коли ми підготуємо достатньо журналістів, такий спосіб роботи стане просто стандартом. Я прагну настання того дня, коли я вже не буду «аутсайдером», а стану мейнстримом» [2].

До речі, мобільну журналістику (скор. - «тоjo») ще називають смартфонною. Остання являє собою використання функціоналу смартфона для фото- і відеозйомки, запису звуку, а також - можливість написання у нотатках невеликих текстів, підводок до сюжетів, редагування, передачі (миттєвого надсилання) матеріалу у редакцію або безпосередньої публікації інформаційного продукту.

Автор підручника «Мобільна журналістика» Бйорн Сташен вважає, що споживання новин стає все більш мобільним, а смартфон - важливим як для виробництва новин так і для їх споживання. [2]. Своєю чергою, Роб Лейтон, доцент кафедри мобільної журналістики, Університет Бонда, зазначає: «Мобільна журналістика набирає обертів у всьому світі, оскільки великі новинні видання певною мірою використовують тоjo у своїх стратегіях збору новин». На його думку, камери смартфонів продовжуватимуть випереджати традиційні камерні технології завдяки обчисленням та інноваціям, більше журналістів покладатимуться на інноваційні камери смартфонів для створення історій, то ж, як вважає він, майбутнє за смартфоном [3].

Таким чином, радикальне зростання якості знімальної техніки спричинило досить суттєве перетікання від телевізійної журналістики (за визначенням витратної) до виробників екранного дійства – власників смартфонів. Щоправда, останні при цьому повинні бути універсальними

фахівцями – як репортерами, так і операторами, звукорежисерами і монтажерами. А це, поміж іншого, забирає час. Проте, переваг у використанні смартфона значно більше, ніж недоліків. Причому, не лише технічного, а й психологічного характеру, зрештою, навіть безпекового – репортер зі смартфоном менш помітний.

На сьогодні існує чимало рекомендацій, правил зйомок смартфоном, матеріалів про специфіку роботи мобільного журналіста. Журналістка «Суспільного» Ангеліна Карякіна радить завжди продумувати, як саме і де ви збираєтеся знімати, заздалегідь готувати сценарний план вашої роботи, ніколи не починати її вже безпосередньо на місці зйомок. На її думку, зміст і завдання новинної журналістики «зазвичай не змінюються, проте змінюються її формати, спосіб та формати спілкування з аудиторією рухаються надзвичайно швидко. Медіа більше не мислять одним форматом, медіа більше не мислять виключно текстом, відео, звуком, - на сцені з'являється новий журналіст-кіборг, який вміє монтувати, знімати на телефон, стрімити, працювати зі звуком, текстом. Усі ці навички потрібні, в якому жанрі ви не працювали б» [4].

Разом з тим, варто розуміти, що рух новинної журналістики в напрямку мобільної журналістики хоча й є потужним, але при цьому існують й інші вектори її розвитку і перетворень.

Література

1. *Відмова від платформ, розбудова спільноти та співпраця з зірками. що медійники передбачили на 2024 рік для nieman lab. Веб-сайт. Медіамейкер. URL: <https://mediamaker.me/vidmova-vid-platform-rozbudova-spilnoty-ta-spivpraczya-z-zirkamy-shho-medijnyky-peredbachyly-na-2024-rik-dlya-nieman-lab-6943/>*
2. *Сташен Б. Мобільна журналістика: практичний посібник/ Сташен Б. ; пер. з нім. В. Климченка/ за загал. ред. В. Іванова. — К. : Центр вільної преси, 2021. — 260 с.*
4. *Потреби користувачів, цінність новин і криза майданчиків. прогнози для журналістики на 2023 рік від journalism.co.uk. Веб-сайт. Медіамейкер. URL:*

<https://mediamaker.me/potreby-korystuvachiv-czinnist-novyn-i-kryza-majdanchykyiv-prognozy-dlya-zhurnalistyky-na-2023-rik-vid-journalism-co-uk-736/>

5. *Нові формати журналістики: що відрізняє журналіста від блогера. Веб-сайт. Академія суспільного мовлення. URL: https://academy.suspilne.media/library/mobilna_zhurnalistyka/novi_formaty_zhurnalistyky*