

Список використаних джерел

1. Instagram признан самой перспективной платформой для медиа [Електронний ресурс] // SOSTAV.UA. – 2019. – Режим доступу: <https://sostav.ua/publication/instagram-priznan-samoj-perspektivnoj-platfornoj-dlya-media-82468.html>
2. Інтернет-медіа та соцмережі вперше за популярністю обійшли телебачення – дослідження [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 2019. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/171755/2019-10-22-internet-media-ta-sotsmerezhi-vpershe-za-populyarnistyu-obiishli-telebachennya-doslidzhennya/>.
3. Пастернак М. Маркетинг соціальних мереж (SMM): сучасний підхід до розвитку бренду та бізнесу [Електронний ресурс] / М. Пастернак // [Creative SMM](https://creativesmm.com.ua/marketing-sotsialnih-merezh-smm/). – 2016. – Режим доступу: <https://creativesmm.com.ua/marketing-sotsialnih-merezh-smm/>.
4. Просування в Instagram: найдокладніша інструкція [Електронний ресурс] // PRO SMM. – 2018. – Режим доступу: https://prosmm.com.ua/instahaid-naydokladnisha-instruksiya-po-vedennya-biznesu-v-instagram_.
5. Сіденко Ю. В. Інтернет-маркетинг: переваги та недоліки [Електронний ресурс] / Ю. В. Сіденко // Матеріали XLVI науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ, Вінниця, 22 – 24 березня 2017 р. – 2017. – Режим доступу : <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2017/paper/view/2718>.

Толочко Н.,

викладачка кафедри журналістики

філологічного факультету

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ

НА ЗАКАРПАТТІ В 2015-2020 РР.

Анотація. У статті схарактеризовано особливості Суспільного мовлення у прикордонній області України; проаналізовано контент телеканалу «UA: Закарпаття» за 2015–2020 рр. З'ясовано, що активна фаза перетворень регіонального Суспільного мовника припадає на 2017–2018 рр., коли відбулися суттєві зміни на рівні менеджменту, у сітці програм, в організації виробництва. У висновках узагальнено результати дослідження й окреслено перспективи та ризики діяльності філії у мультикультурному регіоні – на Закарпатті.

Ключові слова: Суспільне мовлення, закарпатське телебачення, регіональні медіа.

Вступ. Рівень демократичності держави визначається існуванням і можливостями її суспільного мовлення, серед цілей якого – сприяння формуванню громадянського суспільства» [1]. Україна однією з останніх серед членів Ради Європи створила таке телерадіомовлення (відповідний закон ухвалено 17 квітня 2014 р.). Дослідники називають різні причини запізнілої медіареформи: нерозуміння ідеї Суспільного; відсутність політичної волі; зацікавленість політиків у використанні можливостей державного телерадіомовлення; відсутність конкурентного середовища в секторі державних ЗМІ тощо [2, с. 8].

На базі Закарпатської ОДТРК «Тиса-1» (початки діяльності якої сягають 1945 р. – радіо та 1965 р. – телебачення), з 2015 р. працює *Філія АТ НСТУ «Закарпатська регіональна дирекція»*, що мовить на телеканалі «UA: Закарпаття» та на двох радіостанціях – «Ужгород» і «Тиса FM». Філія вирізняється тим, що функціонує в прикордонному поліетнічному регіоні й одна з трьох в Україні створює контент для етносільнот. Відтак актуальність дослідження Суспільного ТБ Закарпаття зростає в контексті глобальних і локальних інформаційних викликів, на тлі євроінтеграційних прагнень нашої держави, у процесі налагодження толерантної міжкультурної комунікації, а також у зв'язку з реформуванням медіагалузі.

Огляд наукових джерел за відповідною темою дозволяє стверджувати, що організаційні, правові, технічні, комунікаційні особливості Суспільного телерадіомовлення, зокрема й на регіональному рівні, вивчали науковці О. Головчук, О. Джолос, І. Кирич, Т. Чепурняк, С. Остапа, В. Міський, І. Розкладай та ін. Однак проблема становлення й розвитку Суспільного телебачення Закарпаття досі потребує наукового аналізу, на часі й окреслення перспектив розвою регіонального мовника у зв'язку з політичними трансформаціями, військовими, інформаційними небезпеками.

Основними **методами** дослідження виступають емпіричні (спостереження, опис, вимірювання), які дали змогу виявити найбільш очевидні ознаки телебачення, зафіксувати окремі його риси на рівні змісту і форми, зареєструвати деякі кількісні особливості; загальнологічні методи (аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення); спеціальні методи, серед яких найбільш продуктивними стали різні види аналізу (тематичний, жанровий, стилістичний аналіз).

Результати дослідження. У перші роки роботи державного мовника як філії Національної суспільної телерадіокомпанії України (2015–2016 рр.) суттєвих змін на

рівні контенту й менеджменту не відбулося: у структурі продовжували функціонувати більше десятка редакцій, які видавали в ефір добре відомі проєкти. Активна фаза розвитку Суспільного телебачення Закарпаття припадає на 2017–2018 рр., коли було започатковано нові телепрограми й оновлено старі; змінилася структура й назва каналу (із 2018 р. замість «Tiscu-1» мовить «UA: Закарпаття»), а отже, й кількість працівників (у штатному розписі із 250 осіб залишилося 119). Мовлення організували за трьома блоками (ранковий інформаційно-розважальний, обідній інформаційно-аналітичний, вечірній розважальний), закрили всі авторські проєкти, ввели щоденну 26-хвилинну прямоефірну програму «Tusa Live», а також дитячу передачу «Я знаю!», розважальну «Хлоп-шоу». Було розформовано творчо-виробниче об'єднання «Експеримент», що займалося створенням різноматичних програм та документальних фільмів. Телеканал мав 24-годинне мовлення, але де факто виготовляв щодня по 6 годин власного контенту. Зазначимо, що для Суспільного мовника Закарпаття в цей період були характерні недоліки, типові для всіх обласних філій і виявлені в процесі аудиту 2017 р.: кількісний, а не якісний принцип у створенні контенту; нечіткі формати телепрограм (особливо культурологічних, для національних меншин); відсутність кореляції кількості оригінальних телепрограм із кількістю працівників філії та розміром регіону; зорієнтованість інформаційно-аналітичних авторських програм на висвітлення діяльності органів влади [3]. Із травня 2017 до травня 2018 р. виробництво уніфікованого контенту було зведене до 3 год 5', а телемовлення організоване за типовою структурою, у якій перевага надавалася ранковим і вечірнім розважальним програмам, інформаційно-аналітичним, передачам, програмам мовами національних меншин (у трьох філіях, де ведеться таке мовлення). У цей час виходило двогодинне ранкове шоу «Ранок з UA: Закарпаття», вечірня розважальна програма «Вечір добрий», випуски новин, інформаційно-аналітична «Тема дня». Суттєвих трансформацій як на змістовому, так і на формальному рівні у 2018–2019 рр. зазнала інформаційна програма «Вчасно», що з 2018 р. називається «Новини». Випуски мали чітко зафіксоване місце у сітці мовлення – виходили наживо 7 разів на день. Переваги й недоліки новинної програми були відзначені в узагальнених моніторингах матеріалів із порушенням професійних стандартів у новинах регіональних філій НСТУ, здійснених ГО «Детектор медіа». Так, аналіз засвідчує, що показник дотримання стандартів журналістики покращився у 2017–2019 рр., зменшилася кількість замовних матеріалів із 7 % до 0 % [4]. Попри заяви щодо збереження програм для етноспільнот в ефірі Суспільного, на чому неодноразово наголошувало керівництво НСТУ, тривалість і

кількість іномовлення в 2019 р. суттєво зменшилися. Так, румунською, німецькою, словацькою виходило лише по одній програмі замість двох–трьох, як до 2018 р. Були збережені, хоч і виходили зі значними труднощами, ромська та угорська (інформаційна) телепередачі. Із 2020 р. припинила вихід програма для росіян, що досить довго протрималася в ефірі, зважаючи на російсько-українську війну (причиною закриття проєкту стало залучення ведучої до роботи над програмою «*#ethno vision. Дайджест*»). Натомість програма для «русинської» псевдоменшини досі поширюється в інформаційному просторі Закарпаття, що свідчить про нерозуміння керівництвом НСТУ, і регіональної філії зокрема, масштабів «русинської» проблеми [5, с. 224]. Радикальніші зміни на Суспільному телеканалі Закарпаття відбулися після упровадження Концепції регіонального мовлення ПАТ «НСТУ» на 2020–2021 роки. Так, інформаційно-аналітичний блок скоротили майже до години й запропонували у вечірньому слоті, ранковий (програму «*Ранок на UA: Закарпаття*») інтегрували у всеукраїнське ранкове шоу. Регулярно виходили програми для словаків, німців, румунів і «русинів», окремі інформаційні сюжети присвячували тематиці ромської й угорської громад. Крім того, у другій половині 2020 р. в ефірі «*UA: Закарпаття*» стартували проєкти «*Земля наближена до неба*», «*Культ. Особистості*», а також програма, створена Координаційним центром мовлення національних меншин Суспільного та регіональними командами «*Відтинки України*».

Висновки. Таким чином, із 2015 р. у Закарпатській філії Національної суспільної телерадіокомпанії України відбулося чимало перетворень: на рівні менеджменту, у сітці мовлення, в організації виробництва, у штатному розписі. В результаті аналізу контенту «*UA: Закарпаття*» позитивно оцінюємо удосконалення інформаційного блоку, створення сучасних проєктів про етноспільноти та програм, спрямованих на розвиток Закарпаття. Натомість скорочення обсягів телемовлення, особливо для національних громад, заповнення ефірного часу контентом закордонного виробництва замість трансляції власного, повторення програм, що виходили в ефірі «*UA: Перший*», та перспективи перетворення філій у кореспондентські бюро, на наш погляд, загрожують розвитку регіонального телебачення. З огляду на мультикультурний характер області та інші специфічні риси, Суспільний телеканал Закарпаття і мовники в інших областях повинні мати більше прав та можливостей, переваги в технічному оснащенні, розгалужену мережу корпунктів, достатнє фінансування, самостійність в ухваленні рішень. Вкрай актуальним є розвиток програм патріотичного спрямування, орієнтованих на популяризацію державної мови і

територіальних діалектів (що допоможе подоланню «русинської проблеми»), підвищення культуромовного рівня населення. Важливо, щоб регіональне телебачення Закарпаття зберігало власну специфіку (особливо мовлення для етноспільнот), поглиблювало її, водночас усвідомлювало потреби своєї аудиторії, досліджувало її та враховувало при виробництві телепрограм.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18> (дата звернення: 7.04.2018).
2. Остапа С. В., Міський В. В., Розкладай І. Є. Суспільне мовлення в Україні: історія створення та виклики. Київ: ТОВ «Друкарня Віол», 2018. 156 с.
3. Оприлюднили концепцію регіонального мовлення НСТУ (ТЕКСТ). *Сайт «Суспільне мовлення» – проект ГО «Детектор медіа»*. URL: <https://stv.detector.media> (дата звернення: 9.11.18).
4. Довженко О. Запаморочення від усупільнення. Чого досі бракує новинам філій НСТУ *Сайт «Суспільне мовлення» – проект ГО «Детектор медіа»*. URL: <https://stv.detector.media/> (дата звернення: 30.11.19).
5. Толочко Н. В. Особливості телепрограм для національних меншин Закарпаття в контексті суспільного мовлення. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія*. Ужгород: ПП Данило С.І., 2019. № 2 (42). С. 222–227. DOI: 10.24144/2663-6840/2019.2(42).

Шекеряк Я.

студентка 4 курсу (ЖРН-46с)

факультету журналістики

ЛНУ імені Івана Франка

Науковий керівник

асистент кафедри нових медій

Полянський І.

МЕТА ВПРОВАДЖЕННЯ ЖУРНАЛІСТИКИ ДАНИХ У ЗМІ

Автор розглядає поняття журналістики даних та її основні ознаки.

Окреслено цілі журналістики даних та мету впровадження цього жанру у ЗМІ.

Ключові слова: *журналістика даних, відкриті дані, аналіз, медіа, ЗМІ*

Кожного року обсяг інформації зростає, аудиторія так само збільшується. Додамо сюди ще й безліч блогерів та інфлюенсерів й отримаємо перенасичення як контентом, так і каналами його отримання. Отже збільшується і кількість фейків. Адже люди не звикли перевіряти інформацію, та й занадто складно слухати різні джерела й