



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ІМЕНІ АДМІРАЛА МАКАРОВА

МАТЕРІАЛИ
VI ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИХ
ДИСЦИПЛІН

Науково-дослідна частина
Національного університету
кораблебудування
імені адмірала Макарова

Національний університет
кораблебудування
імені адмірала Макарова

54025, м. Миколаїв,
просп. Героїв України, 9
Тел.: (0512) 70-91-04
<http://conference.nuos.edu>
e-mail: conference@nuos.edu.ua

54025, м. Миколаїв,
просп. Героїв України, 9
Тел.: (0512) 42-47-33

7 КВІТНЯ 2023

Миколаїв ● 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕПАРТАМЕНТ ОСВІТИ І НАУКИ
МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОДА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ІМЕНІ АДМІРАЛА МАКАРОВА

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИХ НАУК:
ПЕРСПЕКТИВИ ТА ВИКЛИКИ**

Матеріали VI Всеукраїнської студентської науково-
практичної конференції

7 квітня 2023 року

МИКОЛАЇВ

2023

УДК 1: 3: 001

А 28,9

Наукові редактори: Філатова О. С., д-р філол. наук, професор

Щербак О. В., канд. філол. наук, доцент

Редакційна колегія: Гінкевич О. В., канд. пед. наук, доцент;

Гузенко С. В., канд. філол. наук, доцент;

Мухіна Л. М., канд. психол. наук, доцент;

Патлайчук О. В., канд. філос. наук, доцент;

Федоренко М. О., канд. іст. наук, доцент;

Шаповалова І. В., канд. філос. наук, доцент.

Затверджено Науково-методичною комісією ННГІ

Протокол №8 від 14.04.2023

А 28,9

Актуальні проблеми соціально-гуманітарних наук: перспективи та виклики: матеріали VI Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції. 7 квітня 2023 року. Миколаїв : НУК ім. адм. Макарова, 2023. 692 с.

У матеріалах конференції подається комплексний аналіз актуальних проблем соціально-гуманітарних наук. Зокрема розглядаються психолого-педагогічні проблеми становлення особистості, осмислюються трансформації та перспективи сучасного соціального і політичного процесу; визначається специфіка дискурсу історії та розвитку регіональних медіа.

Матеріали конференції стануть у пригоді дослідникам соціально-гуманітарних наук, магістрантам, студентам.

УДК 1: 3: 001

© Національний університет
кораблебудування імені адмірала Макарова,
2023

РОЗДІЛ І

РЕГІОНАЛЬНІ МЕДІА: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Алікіна Д. І., Шакула А. І. Регіональні медіа та специфіка їх роботи.....	9-14
Антонова К. В. Проблемно-тематичний аспект контенту вінницького тижневика «33-й канал».....	14-19
Гожбур П. М. Сучасна українська колумністика: тенденції розвитку.....	19-23
Голокоз Ю. С. Сучасний стан регіональної журналістики.....	23-26
Давидов Д. В. Імідж сучасного політичного лідера.....	26-30
Захарчук М. В. Бренд-журналістика як новий медіа феномен.....	30-35
Капітан В. С. Формування інфомедійної грамотності майбутніх журналістів під час вивчення курсу «Загальне редагування» у закладах передфахової вищої освіти (на прикладі викладання теми «Робота редактора над ілюстративним матеріалом»).....	35-40
Кардаш А. А. Особливості телевізійного інтерв'ю.....	40-43
Козлов О. Ю. Маніпуляції у спілкуванні, їхня нейтралізація.....	43-46
Колнотузова Д. В. Феміністичні мотиви в журналі «VOGUE».....	46-49
Король Д. В. Невербальна комунікація та її особливості.....	50-53
Котельнікова Д. І. Проблеми роботи регіональних ЗМІ у прифронтових містах (на прикладі м. Херсон).....	53-58
Кравченко І. О. Ораторське мистецтво в житті сучасної людини.....	58-61
Литвинчук А. М. Загальний імідж та зовнішня культура оратора.....	61-64
Огородник Д. М. Різновиди «мови ворожнечі» в миколаївських інтернет-ЗМІ за тематикою та силою прояву.....	64-68
Орлова А. Є. Медіаефекти репортажу як жанрова динаміка.....	68-71
Остапчук О. А. Концепт «війна» в сучасному світі.....	71-76
Плахтіна О. І. Особливості використання гумору в рекламних повідомленнях.....	76-79
Полякова А. О. Стан релігійної журналістики в Україні.....	79-83
Порошина Т. С. Важлива роль навичків інтерв'ювання.....	83-87
Проценко В. С. Духовне красномовство та його роль для соціуму.....	87-89
Ріжко А. Р. Як змінилося змістове наповнення рубрик в регіональних ЗМІ після початку повномасштабного вторгнення Росії (на прикладі обласного інформаційно-аналітичного тижневика «Партнер» м. Ізяслав).....	89-93
Русаков М. Д. Особливості використання аналітичних жанрів у регіональних медіа.....	93-97
Смітєнко В. О. Сучасні українські оратори, чиї промови змінили Україну.....	97-100
Соболь М. О. Стратегії створення ефективної радіо реклами.....	100-103
Соловйова М. В. Церковна преса в епоху діджиталізації: аналіз тенденцій та викликів.....	103-107
Тагамлицька А. О. Культурологічна тематика в дитячому журналі «Куля».....	107-111
Тітуренко Я. І. Специфіка висвітлення соціальної проблематики на прикладі українських телепередач.....	111-115
Ткачук А. В. Тематичні особливості видання «Вінницька газета».....	115-120
Фадєєв П. В. Юридичне красномовство.....	120-124
Харланов Д. І. Порушення, бар'єри та труднощі спілкування.....	124-127
Шевченко Р. В. Проблема інформаційного забезпечення волонтерів засобами ІКТ.....	128-132
Шереметьєва Є. А. Трансформація регіональних ЗМІ в умовах воєнного часу.....	132-139

4. Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2012. 228 с.

M.V. Zakharchuk

group 3572

Faculty of Journalism, Advertising and Publishing

Odesa National University named after I. I. Mechnikov

Odesa, Ukraine

gin_nka@ukr.net

Hinkevych O.V.

PhD in Philology,

Associate Professor of the Department of Journalism, Advertising and PR

Technologies,

Admiral Makarov National University of Shipbuilding

Mykolaiv, Ukraine

gin_nka@ukr.net

Brand journalism as a new media phenomenon

Brand journalism is just beginning to interest analysts, scientists, and experts. Instead, predictions already exist. Researchers are trying to determine the place of brand journalism among traditional forms of mass communication activity. It is about brand journalism as a result of the combination of journalism, marketing, advertising, PR, branding in the field of advertising, PR and branding, in the environment of marketing communications.

Keywords: *brand journalism, mass communication, communicator, communication, classic paradigm of journalism, brand, media effect.*

УДК 378:373.091.12:ОМ.3-051:159.955(049.3)]070.16

Капітан В. С.

група Жзм-14, факультет філології та журналістики

Тернопільський національний університет ім. В. Гнатюка

Тернопіль, Україна

kapitanvlada15@gmail.com

Решетуха Т. В.

кандидат наук із соціальних комунікацій,

доцент кафедри журналістики,

Тернопільський національний університет ім. В. Гнатюка

Тернопіль, Україна

reshtetyana@gmail.com

Формування інфомедійної грамотності майбутніх журналістів під час вивчення курсу «Загальне редагування» у закладах передфахової вищої освіти (на прикладі викладання теми «Робота редактора над ілюстративним матеріалом»)

Тези актуалізують важливість розвитку критичного мислення студентів-журналістів, подають рекомендації щодо розвитку їх інфомедійної грамотності студентів та пропонують три варіанти практичних вправ, які можна використовувати з цією метою під час вивчення фахових дисциплін.

Ключові слова: *інфомедійна грамотність, професійна підготовка журналістів, передфахова вища освіта, загальне редагування.*

Сьогодні навички медіаграмотності стають невід'ємною складовою життя будь-якої людини. Вона є провідним інструментом підтримки демократії, протидії радикалізації та екстремізму та у XXI столітті належить до основних прав людини [4]. Особливу увагу слід звернути на розвиток критичного мислення студентів-журналістів, які в майбутньому медійний простір України.

Мета публікації – обґрунтувати важливість формування інфомедійної грамотності майбутніх журналістів під час дисциплін професійної підготовки у закладах передфахової вищої освіт та запропонувати варіанти практичних вправ, які можна використовувати з цією метою під час вивчення дисципліни «Загальне редагування».

Гібридна російсько-українська війна призвела до кількісного зростання свідомого поширення дезінформації у медійному просторі, відтак проблема формування критичного імунітету медіааудиторії перетворюється на один з

ключових безпекових викликів української держави. Це зумовило актуалізацію підвищення інфомедійної грамотності майбутніх журналістів.

Виходячи з визначення інфомедійної грамотності як набуття людиною відповідних компетентностей, які формують її як активну та грамотну особистість з громадянською відповідальністю, що має розвинуту здатність сприймати, створювати, аналізувати, оцінювати медіатексти, розуміти соціокультурний і політичний контексти функціонування медіа в сучасному світі, кодові й репрезентативні системи, які ті використовують [2, с. 35]. Поряд з інфомедійною грамотністю особистості розглядають також і поняття інформаційної грамотності суспільства, під якою розуміють вміння критично мислити та мати збалансовані судження щодо будь-якої інформації, яку ми знаходимо та використовуємо, що дає змогу громадянам підвищувати свою обізнаність і освіченість та повною мірою бути зануреними у суспільство [1].

Вирізняють п'ять принципів інформаційної грамотності, які можна інтегрувати у навчальний процес підготовки майбутніх журналістів:

1. Критично сприймати та аналізувати інформацію.
2. Інформація існує і має бути доступна для всіх, це сфера прав людини.
3. Прозорість та зрозумілість для всіх громадян.
4. Усі хочуть отримувати й розуміти інформацію та мати можливість спілкування з іншими.
5. Набуття інформаційної грамотності — динамічний процес і досвід [1].

Для формування інфомедійної грамотності студентів-журналістів, ми впровадили елементи медіаграмотності у окремі теми обов'язкової фахової дисципліни «Загальне редагування» ОП «Журналістика». Розглянемо формування інфомедійної грамотності на конкретній темі — «Робота редактора над ілюстративним матеріалом».

Пропонуємо три приклади практичних вправ для розвитку критичного мислення майбутніх журналістів.

Завдання 1. Студентам занятті протягом 5-7 хвилин потрібно створити власну ілюстрацію, яка б передавала певну інформацію. Після того, як час вичерпається,

усі разом роблять спробу відгадати, що саме зображено та яку інформацію хотів/ла передати однокласник/однокласниця. Завдяки цьому завданню майбутні журналісти зможуть зрозуміти роль та функції ілюстрації, дізнатись про те, чи може ілюстрація бути окремим елементом матеріалу чи видання.

Завдання 2. Викладач пропонує студентам поділитись на невеликі групи, по 5-7 студентів. Кожній групі студентів пропонують декілька текстів та різні ілюстрації. Студентам до кожного матеріалу чи фрагменту тексту слід дібрати відповідні ілюстрації. Далі студенти порівнюють отримані результати, аргументують свій вибір. Завдяки цій вправі студенти-журналісти закріплять знання про види ілюстрацій та важливість відповідності тексту та ілюстрації.

Завдання 3. Викладач пропонує студентам ілюстрації, які потрібно перевірити на достовірність, використовуючи такі інструменти як Google Reverse Image Search, TinEye, а також перевірити, чи були зміни на фотографії за допомогою Fotoforensics. Запропонована вправа допоможе студентам навчитись виявляти фейкові чи маніпулятивні зображення.

Такий підбір практичних вправ допоможе майбутнім журналістам не тільки вивчити матеріал, а і допоможе розвинути критичне мислення, що сприятиме якісній підготовці спеціалістів.

Запропоновані вправи спрямовані на формування інфомедійної компетентності майбутніх журналістів під час вивчення дисциплін професійної підготовки у закладах передфахової вищої освіт. Розробка практичних вправ, які можна використовувати під час вивчення дисципліни «Загальне редагування» допоможе розвинути критичне мислення студентів та навчитись працювати із ілюстративним матеріалом: визначати його достовірність, важливість відповідності тексту та зображень та зрозуміти функції, які вони виконують. Вправи, які можна використати під час вивчення конкретної теми, не вичерпується окресленими і може бути доповнена іншими завданнями, які покликані розвивати медіаграмотність .

Джерела і література

1. Інформаційна грамотність. Режим доступу: URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/439d0a69-bd63-4cb3-9556-a5731ebc9dce/content> (дата звернення: 11. 03. 2023).

2. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник для студентів педагогічних коледжів / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за наук. ред. В. В. Різуна. Київ: Центр Вільної Преси, 2014, 431 с.

3. Шейбе С., Рогоу Ф. *Медіаграмотність: підручник для вчителя* / перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. 319 с.

4. Five Laws of Media and Information Literacy (2016). UNESCO. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/> (дата звернення: 11. 03. 2023).

Kapitan V. S.

group Zhzm-14, faculty of philology and journalism
Ternopil National University named after V. Hnatyuk
Ternopil, Ukraine
kapitanvlada15@gmail.com

Reshetukha T. V.

candidate of sciences in social communications,
Associate Professor of the Department of Journalism,
Ternopil National University named after V. Hnatyuk
Ternopil, Ukraine
reshtetyana@gmail.com

Formation of infomedia literacy of future journalists during the study of the course «General editing» in institutions of pre-professional higher education (on the example of teaching the topic «Work of the editor»)

The theses update the importance of developing critical thinking of journalism students, provide recommendations for the development of students' infomedia literacy and offer three options for practical exercises that can be used for this purpose during the study of professional disciplines.

***Keywords:** infomedia literacy, professional training of journalists, pre-professional higher education, general editing.*

УДК 070.41

Кардаш А. А.

група 2561, Навчально-науковий гуманітарний інститут
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Миколаїв, Україна
nastiakardash.2018@gmail.com

Клименко Н. Г.

ст. викладач кафедри журналістики, реклами і PR-технологій
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Миколаїв, Україна
natalia.klymenko@nuos.edu.ua

Особливості телевізійного інтерв'ю

У доповіді висвітлено, що таке телевізійне інтерв'ю та описано його особливості. Також автор зазначає, які проблеми постають перед інтерв'юером при підготовці матеріалів.

Ключові слова: журналістика, підготовка до інтерв'ю, ефективність.

Телевізійне інтерв'ю – це процес запитань та відповідей, що відбувається між журналістом і гостем на телебаченні. Інтерв'ю може бути живим або записаним, транслюватися у прямому ефірі або в іншій формі передачі. Телевізійне інтерв'ю є однією з найбільш поширених форм масової комунікації, що використовується для передачі інформації та точок зору на телебаченні. Воно може бути використане для різних цілей, таких як інформування глядачів про актуальні події, розповідь про певну особистість або дискусія про конкретну тему.

Однак проблема полягає в тому, що телевізійні інтерв'ю мають свої особливості та вимоги, які повинні бути враховані для успішної передачі