



ЛАВРИЧ ГЕОРГІЙ ЮРІЙОВИЧ

Допускається до захисту:
В.о. завідувача кафедри
журналістики та соціальних
комунікацій, д. політ. н.,
професор Наталія СТЕБЛИНА
« ____ » _____ 2024 р.

**СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ СТУДЕНТСЬКОГО ПОЛІТИЧНОГО
КОНТЕНТУ НА МЕДІАПЛАТФОРМАХ КАФЕДРИ ЖУРНАЛІСТИКИ
ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Спеціальність 061 Журналістика

Магістерська робота (практичний медіапроект)

Науковий керівник:
Стеблина Н.О., доктор політичних наук,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
професор кафедри журналістики та
соціальних комунікацій

Оцінка: ____ / ____ / ____
(бали за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)
Голова ЕК: _____
(підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ОПИС ПРОЄКТУ.....	6
Опис запланованої діяльності та контент-план.....	6
Аудиторія.....	8
Очікувані результати та вплив проєкту.....	8
Опис медіаринку.....	8
Звіт за результатами втілення проєкту.....	10
Глосарій.....	12
ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ.....	14
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	15

АНОТАЦІЯ

СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ СТУДЕНТСЬКОГО ПОЛІТИЧНОГО КОНТЕНТУ НА МЕДІАПЛАТФОРМАХ КАФЕДРИ ЖУРНАЛІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Медіапроект спрямований на просування та популяризацію політичного контенту, і передбачає його пошук, редагування та просування студентських матеріалів на медіа платформах кафедри журналістики та соціальних комунікацій.

Під час роботи над проектом із близько сотні матеріалів було відібрано 20 одиниць контенту студентів кафедри журналістики та соціальних комунікацій. Вони були адаптовані та відредаговані для публікацій та просування серед цільової аудиторії. Були надані консультації редакції навчальної газети кафедри щодо наповнення інстаграм-акаунту «first.step061». Окрім цього створювався фотоконтент.

Медіапроект є важливим, оскільки політичний контент в Україні має суттєвий вплив на суспільну думку. Оскільки у зв'язку із цифровізацією велику кількість такого контенту створюють аматори, виникає інфошум, що відволікає аудиторію від коректної інформації та створює підґрунтя для політичної необізнаності. Також проект дає можливість потенційним журналістам проявити себе та залучити молодь до активного громадського життя. Студенти кафедри постійно генерують свіжі матеріали, більшість з яких недостатнього рівня якості для публікації, а оскільки в наших реаліях відсутні безкоштовні редактори та платформи для просування, вони потребують підтримки та реалізації своїх навичок. Додатково це дає змогу кафедрі збільшити відсоток працевлаштованих здобувачів.

Ключові слова: політичний контент, інформаційні жанри, студентські публікації, аналіз, редагування.

ВСТУП

Актуальність обраної теми

З наведених причин тема цього медіапроєкту є актуальною:

1. Студенти постійно генерують свіжі матеріали, більшість з яких недостатнього рівня якості для публікації, в наслідок чого потребують редагування та просування.
2. Оскільки на сьогоднішній день кафедра зорієнтована на активізацію практичної підготовки здобувачів, ми маємо постійний потік свіжих матеріалів. І важливо заохочувати студентів створювати саме політичний контент. Саме такі тексти внаслідок використовуються для медіапроєкту.
3. Саме політичний контент є особливо актуальним у складний період історії України. Цей проєкт надає можливість студентам здобувати необхідний досвід та у перспективі отримувати роботу за спеціальністю.

З огляду на це тема медіапроєкту є актуальною.

Мета проєкту – підвищення якості студентського політичного контенту та його просування. Внаслідок цього, збільшення охоплень кафедральних медіаресурсів. Залучення потенційних роботодавців через медіаресурси кафедри.

Основні цілі та завдання проєкту:

- Знаходити, відбирати і редагувати контент, створений студентами кафедри журналістики та соціальних комунікацій під час їх практичної діяльності протягом усіх років навчання.

Об'єкт дослідження – матеріали, які створюють студенти протягом навчальних років.

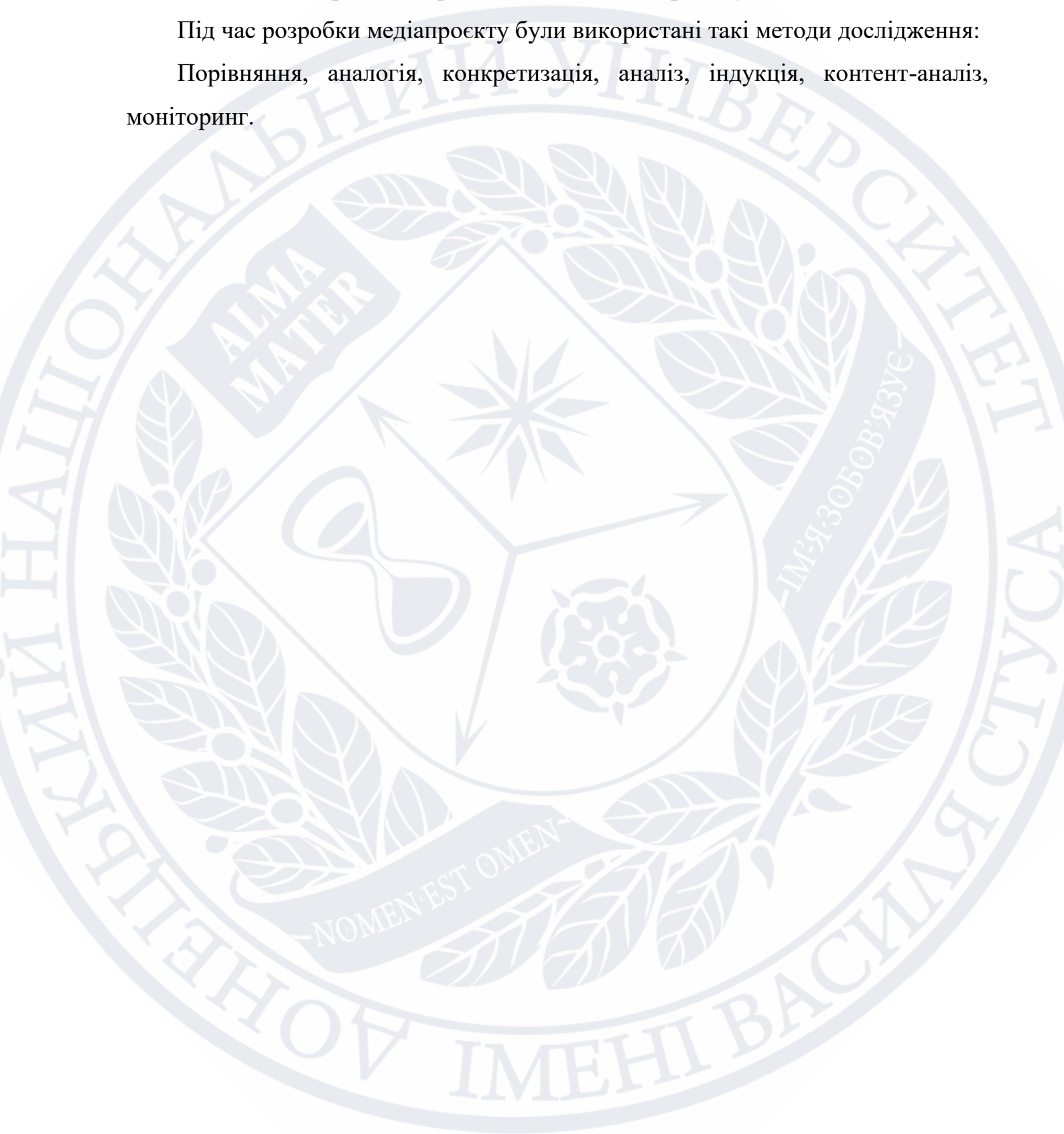
Предмет дослідження – аналіз, редакторське опрацювання, просування різножанрових студентських матеріалів.

Джерельна база медіапроєкту: матеріали, створені студентами за період часу з 16.10.2023 по 20.11.2024.

Методи, використані при підготовці медіапроєкту

Під час розробки медіапроєкту були використані такі методи дослідження:

Порівняння, аналогія, конкретизація, аналіз, індукція, контент-аналіз, моніторинг.



ОПИС ПРОЄКТУ

Опис запланованої діяльності та контент-план

Для повноцінної реалізації мети, поставлених завдань та цілей медіапроєкту були визначені основні напрямки діяльності роботи:

- Формування бази студентського контенту;
- Відбір найкращих матеріалів серед студентських робіт.
- Виокремлення політичних матеріалів серед матеріалів усіх наявних жанрів.
- Систематизація відібраних матеріалів у формат читабельного для публікації тексту.
- Допомога у створенні матеріалів на політичну тематику.
- Публікація на інтернет-ресурсах кафедри згідно із контент-планом (обраним розпорядком публікації)
- Просування ресурсів кафедри із використанням доступних PR-технологій та рекламування.

Для систематизації роботи був розроблений контент-план (Таблиця 1):

Таблиця 1

Контент-план

Дата/період	Поставлене завдання	Контент
Вересень 2023	Визначення теми, мети, завдань і способів реалізації медіапроєкту.	http://www.sevenfridays.info/motoroshno-koly-pered-toboyu-sydyt-lyudyna-yaka-vidbuvaye-dovichne-pokarannya-i-jomu-nemaye-chogo-vtrachaty/
Жовтень – листопад 2023	Формування бази студентського контенту	http://www.sevenfridays.info/st-rah-kohannya-ta-okupacziya/
Грудень 2023 – січень 2024	Відбір найкращих матеріалів серед студентських робіт.	https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=109879714558133

Дата/період	Поставлене завдання	Контент
		2&id=100063531701625&rdid=uukyDOWTksAuO9ex
Лютий 2024	Редагування матеріалів	https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=1088179626643084&id=100063531701625&rdid=ukDLRt9m8nTeQb46#
Березень – Квітень 2024	Аналіз медіаринку	https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=1085871186873928&id=100063531701625&rdid=HXJj9ZzW9veuJnyK
Травень 2024	Створення матеріалів	https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=1058170662977314&id=100063531701625&rdid=5hdXmYjDBpt7okMM#
Червень – серпень 2024	Розробка стратегії просування ресурсу медіапроєкту	https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=1058170662977314&id=100063531701625&rdid=5hdXmYjDBpt7okMM#
Вересень 2024	Додатковий пошук політичного контенту	https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=991900199604361&id=100063531701625&rdid=9bsISEqE3X3zzGKa
Жовтень – листопад 2024	Просування контенту	http://www.sevenfridays.info/perlyn-a-v-samomu-serczi-ukrayiny/

Аудиторія

Цільова аудиторія 18-40 років, до якої входять студенти з журналістики та соціальних комунікацій, політологи, соціологи. Викладачі та експерти у сфері медіа, загалом молодь, яка зацікавлена політичним життям.

Очікувані результати та вплив проєкту

Медіапроєкт сприятиме підвищенню рівня політичної обізнаності серед молоді, формуючи критичне мислення та логіку. Формування активної громадянської позиції та сприяння участі у волонтерських, громадських заходах. Сприятиме збагаченню медіапростору якісним політичним контентом, який сприятиме ефективній боротьбі з інформаційним шумом.

Опис медіаринку

В Україні існує більше 70 вищих навчальних закладів, які готують журналістів або фахівців у сфері медіа. Частина з них має свої ресурси у соцмережах, де також просуваються роботи здобувачів. Саме тому для опису медіаринку буде проведений контент аналіз соціальних мереж кафедр журналістики українських закладів вищої освіти:

1. ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка

Інстаграм [11].

Читачі 561.

Серед 21 проаналізованої публікації є такі види контенту:

Інформаційний — 7

Розважальний — 6

Комерційний — 6

Політичний — 2

2. ОНУ імені І.І. Мечникова. Факультет журналістики, реклами та видавничої справ. Кафедра журналістики, реклами та медіакомунікацій.

Фейсбук [12].

Підписники – 5.7 тисяч

Серед 33 проаналізованих публікації є такі види контенту:

Інформаційний — 18

Розважальний — 5

Комерційний — 0

Політичний — 10

3. Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю ВДПУ імені Михайла Коцюбинського

Інстаграм [13].

Читачі 220

Серед 41 проаналізованої публікації є такі види контенту:

Інформаційний — 16

Розважальний — 15

Комерційний — 0

Політичний — 10

4. Кафедра журналістики УжНУ

Інстаграм [14].

Читачі 212

Серед 31 проаналізованої публікації є такі види контенту:

Інформаційний — 10

Розважальний — 17

Комерційний — 2

Політичний — 4

5. Кафедра журналістики УДУ імені Михайла Драгоманова

Інстаграм [15].

Читачі 161

Серед 41 проаналізованої публікації є такі види контенту:

Інформаційний — 25

Розважальний — 8

Комерційний — 0

Політичний — 8

Спираючись на проведений контент-аналіз, можна дійти висновку, що прямі конкуренти кафедри журналістики та соціальних комунікацій ДонНУ імені Василя Стуса генерують більше інформаційного та розважального контенту у порівнянні з іншими форматами. Політичним контентом мало хто займається, хоча такий контент є важливим для формування у майбутньому української ідентичності, а також для подальшої євроінтеграції. Молодь дуже важливо залучати до такої діяльності, оскільки це буде формувати суспільну думку, а молодь матиме вплив на політичне життя держави.

Звіт за результатами втілення проєкту

Публікації розміщувалися за наведеним вище контент-планом.

Створено такі матеріали:

1. Інструктори 120 бригади ТРО провели тренінг з тактичної медицини. URL: https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=1098797145581332&id=100063531701625&rdid=uukyDOWTksAuO9ex (фотоконтент)
2. 24 жовтня на півострові «Бригантина» відбулися «Стусівські забави». URL: https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=1088179626643084&id=100063531701625&rdid=ukDLRt9m8nTeQb46# (фотоконтент)
3. Освічена молодь – відновлена Україна. URL: https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=1085871186873928&id=100063531701625&rdid=HXJj9ZzW9veuJnyK (фотоконтент)
4. 18 вересня в коворкінгу ДонНУ імені Василя Стуса відбувся практичний воркшоп. URL: https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=1058170662977314&id=100063531701625&rdid=5hdXmYjDBpt7okMM# (фотоконтент)
5. 21 червня 2024 року в Донецькому національному університеті імені Василя Стуса відбувся форум ProvDrive. URL: https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=991900199604361&id=100063531701625&rdid=9bsISEqE3X3zzGKa (фотоконтент)

Відібрано, відредаговано такі матеріали студентів, які розміщені у рубриці «Блоги» на сайті кафедри «Sevenfridays.info» <http://www.sevenfridays.info/blogy/>:

1. Перлина в самому центрі України. URL: <http://www.sevenfridays.info/perlyna-v-samomu-serczy-ukrayiny/>
(подорожній нарис)
2. Мазур Ірина. Нові правила «Євробачення – 2025? Невже скандали в 2024 внесли корективи? URL: <http://www.sevenfridays.info/novi-pravyla-yevrobachennya-2025-nevzhe-skandaly-v-2024-vnesly-korektyvy/>
(аналітична кореспонденція)
3. Попенко Владислава. Що ви знаєте про Вінницю? URL: <http://www.sevenfridays.info/shho-vy-znayete-pro-vinnyczyu/> (подорожній нарис).
4. Кардаш Діана. Загадкова Вінниччина. URL: <http://www.sevenfridays.info/zagadkova-vinnychchyna/> (подорожній нарис).
5. Фіщук Максим. «Моторошно коли перед тобою сидить людина, яка відбуває довічне покарання і йому немає чого втрачати». URL: <http://www.sevenfridays.info/motoroshno-koly-pered-toboyu-sydyt-lyudynayaka-vidbuvaye-dovichne-pokarannya-i-jomu-nemaye-chogo-vtrachaty/>
6. Людина війни. URL: <http://www.sevenfridays.info/lyudyna-vijny/>
7. Чи існує журналістика спротиву на південних територіях в сучасних реаліях? URL: <http://www.sevenfridays.info/chy-isnuye-zhurnalistyka-sprotyvu-na-pivdennyh-terytoriyah-v-suchasnyh-realiyah/>
8. Страх, кохання та окупація. URL: <http://www.sevenfridays.info/strah-kohannya-ta-okupacziya/>
9. Колорит і креатив: яскравий світ графіті в місті. URL: <http://www.sevenfridays.info/koloryt-i-kreatyv-yaskravyj-svit-grafiti-v-misti/>
10. «Очима жителів. Втеча з окупованого Бердянську». URL: <http://www.sevenfridays.info/ochyma-zhyteliv-vtecha-z-okupovanogo-berdyansku/>

11. Антонець А., Притуляк В. Вапнякова могила «місця сили» або як хочуть знищити Бушу. URL: <http://www.sevenfridays.info/vapnyakova-mogyla-misczya-syly-abo-yak-hochut-znyshhyty-bushu/>

Глосарій

1. Сучасний політичний дискурс – це форма публічного спілкування, «особливий тип комунікації» [16], що відображає актуальні політичні теми, ідеї та риторичку. Включає промови, тексти, соціальні медіа та інші засоби комунікації, що формують суспільну думку.
2. Вірусна політика – це політичні ідеї, меседжі або кампанії, які швидко поширюються серед масової аудиторії через соціальні мережі чи інші цифрові платформи, зазвичай завдяки емоційній або провокативній складовій [17].
3. Політичний аналіз – це метод дослідження та оцінки політичних процесів, явищ та рішень, спрямований на розуміння їх причин, наслідків та впливу на суспільство.
4. Політична реклама – це засоби комунікації, що використовуються політичними акторами (партіями, кандидатами, організаціями) для просування своїх ідей, іміджу чи програм з метою впливу на електорат [2].
5. Контент-аналіз – це метод дослідження текстів, медіа чи комунікацій шляхом систематичного кількісного або якісного аналізу.
6. Політичний контент – це інформаційні матеріали (тексти, відео, зображення), що мають політичний зміст і спрямовані на вплив на свідомість аудиторії, поширення ідей або створення політичних наративів [18].
7. Інформаційний шум та інформаційне перенасичення – це надмірна кількість інформації, що не несе цінності, плутає аудиторію або ускладнює сприйняття важливих повідомлень. Часто використовується для відволікання уваги від ключових питань [19].
8. Редакторське опрацювання – це процес вдосконалення текстів чи інших матеріалів шляхом виправлення помилок, уточнення змісту,

стилістичного доопрацювання з метою підвищення їх якості та відповідності вимогам.

9. Індукція – це метод логічного мислення, що полягає у переході від конкретних фактів до загальних висновків. Використовується для формування гіпотез або встановлення закономірностей [5].

10. Аналогія – це порівняння двох різних явищ чи об'єктів на основі схожих характеристик або властивостей для пояснення одного через інше.

11. Конкретизація – це процес уточнення загальних ідей чи понять через деталізацію, приклади або пояснення, щоб зробити їх більш зрозумілими та доступними [4].

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Медіапроект у перспективі збільшуватиме вплив на суспільну думку та просуватиме ідею розвитку жанру політичного контенту серед молоді, що впливатиме на подальшу якість грамотність населення. Інфоприводи заявляються на постійній основі, внаслідок чого потребують розголосу. Некоректне розповсюдження інформації створюватиме фейки для населення та сприятиме зниженню довіри. Але за умови коректної роботи та редагування матеріалів ризики зменшуватимуться до мінімуму. Така ідея повинна мати розповсюдження по усіх закладах освіти України. У перспективі політична обізнаність молоді має розпочинатися ще зі школи і закріплюватися у коледжі та університеті. Якщо генерація якісного політичного контенту буде поширюватися та ставати нормою — це прискорить процес євроінтеграції України та сприятиме політичній зрілості кожного українця.

Під час роботи над проектом було створено фотоконтент на суспільно-політичну тематику для офіційних медіаресурсів Донецького національного університету імені Василя Стуса. Окрім цього, із близько сотні студентських матеріалів кафедри журналістики та соціальних комунікацій було відібрано 20 одиниць контенту, які були розміщені у рубриці «Блоги» на сайті Sevenfridays.info.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Сучасний політичний дискурс з проблеми багатополюсної реструктуризації сучасного світу : монографія / авторський колектив: З. Самчук, В. Левкулич, Ю. Шаповал, О. Чорний, В. Ковалевський; за заг. ред. З. Самчука. Київ : ІПіЕнД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2022. 400 с.
2. Поняття політичної реклами, її значення для формування політичного ринку. URL: <https://studies.in.ua/polit-men-shpora/2595-ponyattya-politichnoyi-reklami-yiyi-znachennya-dlya-formuvannya-politichnogo-rinku.html> (дата звернення: 25.11.2024)
3. Маячня — галасливий завойовник інформаційного простору. *EU vs Disinfo*. 30.11.2020. URL: <http://surl.li/bpcpzb> (дата звернення: 25.11.2024)
4. Психологічна енциклопедія. URL: <https://www.psykholoh.com/post/%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F-%D1%86%D0%B5> (дата звернення: 25.11.2024)
5. Грабченко А. І., Федорович В. О., Гаращенко Я. М. Методи наукових досліджень. Харків: НТУ, 2009. 142 с.
6. Контент-аналіз. КМІС. URL: <http://surl.li/abrpey> (дата звернення: 25.11.2024).
7. Костенко Н., Іванов В. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики. Київ : Центр вільної преси, 2003. 141 с.
8. Кісь Я. П., Висоцька В. А., Чирун Л. Б. та ін. Застосування контент-аналізу для опрацювання текстових масивів даних. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі*. 2015. № 814.
9. Назаренко О. В. Редакторське опрацювання Інтернет-ресурсів (на прикладі сайту "Читомо") *Український смисл*. 2018. С. 228-234.

10. Кошель Н. Основні види контенту та правила оформлення залежно від виду. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/osnovni-vidi-kontentu-ta-pravila-oformlennya-zalezho-vid-vidu/> (дата звернення: 25.11.2024).
11. Офіційна сторінка Навчально-наукового інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. URL: https://www.instagram.com/nnizhknu_kyiv?igsh=Y3lubDA5NzFpOWY1 (дата звернення: 25.11.2024).
12. Новини Одеського університету URL: <https://www.facebook.com/onupress> (дата звернення: 25.11.2024).
13. Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю ВДПУ URL: <https://www.instagram.com/journ.vinn?igsh=MW5rODB0aGJlN2JyeA==> (дата звернення: 25.11.2024).
14. Кафедра журналістики УжНУ URL: https://www.instagram.com/journ_uzhnu?igsh=c2ZreWl0bmd0ZTRi (дата звернення: 25.11.2024).
15. Кафедра журналістики УДУ URL: https://www.instagram.com/kafedra_zhurnalistyky_udu?igsh=MWE1cDZidXplaDhzNg== (дата звернення: 25.11.2024).
16. Сичик К. Політичний дискурс демократії в умовах соціокультурних трансформацій інформаційного суспільства URL: https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/02/dis_sychyk.pdf (дата звернення: 25.11.2024).
17. Gustafsson N. This Time It's Personal: Social Networks, Viral Politics and Identity Management. URL: <https://lucris.lub.lu.se/ws/files/6186521/1361659.pdf> (дата звернення: 25.11.2024).
18. Стеблина Н. Цифровізація політики в контексті трансформації сучасного світопорядку. Одеса: Фенікс, 2020. 358 с.

19. Bawden, David, and Lyn Robinson. Information overload: An overview. URL: <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/23544/1/information%20overload%20-%20an%20overview.pdf> (дата звернення: 25.11.2024).

