

Міністерство освіти і науки України
Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського
Навчально-науковий інститут філології і журналістики
Кафедра журналістики

Кваліфікаційна робота
Діяльність журналіста з популяризації професійного контенту

Вінділович Яни Дмитрівни,

студентки IV курсу, групи 061-206

спеціальність: 061 Журналістика

ступінь вищої освіти: БАКАЛАВР

Науковий керівник:

Малиш Мирослава Михайлівна, кандидат
філологічних наук за спеціальністю
“Журналістика”, доцент

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Члени комісії: _____

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

Київ – 2024

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТА З ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОГО КОНТЕНТУ

1.1. Характеристика професійної роботи журналіста з популяризації UGC та його класифікації в журналістиці

1.2. Роль соціальних медіа як джерела авторського контенту в роботі журналіста

РОЗДІЛ 2: ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО КОНТЕНТУ ЗАСОБАМИ ЖУРНАЛІСТИКИ

2.1. Оцінка потенційного впливу на реципієнта професійного контенту

2.2. Рекомендації щодо оновлення контенту

2.3. Популяризація та промоція, просування контенту

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

АНОТАЦІЯ

ANNOTATION

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасному світі, на фоні стрімкого розвитку технологій та швидкої інформаційного обміну, професійна робота журналіста відіграє ключову роль у популяризації професійного контенту. Журналісти стають посередниками між експертами різних галузей та аудиторією, що прагне збагатити свої знання. Виробничі й академічні середовища потребують якісної та доступної інформації для подальшого розвитку та вдосконалення.

Робота журналіста з популяризації професійного контенту потребує відповідального підходу та глибокого розуміння предметної галузі. Перш за все, журналісти повинні бути добре ознайомлені з тематикою, яку вони вирішили популяризувати. Це означає, що вони мають уважно вивчати матеріали, консультиватися з експертами та активно досліджувати нові тенденції в цій галузі.

Далі, журналісти повинні мати навички ефективної комунікації, які допоможуть їм передати складний професійний матеріал в доступній формі для аудиторії. Це включає вміння пояснювати складні концепції простими словами, використовувати приклади та ілюстрації для пояснення ключових понять, а також підбирати цікаві формати для подачі інформації, такі як відео, аудіо або інтерактивні матеріали.

Крім того, успішна популяризація професійного контенту потребує від журналістів здатності аналізувати аудиторію та враховувати її інтереси та потреби. Вони повинні розуміти, яку інформацію їхня цільова аудиторія шукає, які питання вони хочуть відповісти та яким чином вони віддають перевагу споживати інформацію.

Об'єктом дослідження даної бакалаврської роботи є професійна робота журналіста.

Метою роботи є вивчення методів, що використовуються журналістами для ефективної та компетентної популяризації фахової інформації, також застосування на практиці у підготовленому проєкті.

Завдання дослідження включають:

Аналіз сучасного стану популяризації професійного контенту в журналістських матеріалах.

Вивчення методів та прийомів, використовуваних журналістами для привертання уваги аудиторії до фахової тематики.

Оцінка ефективності інструментів, використовуваних для збільшення зацікавленості громадськості до технічних та наукових знань.

Методи дослідження включатимуть аналітичний огляд літературних джерел, аналіз зразків журналістських матеріалів, присвячених інженерним технологіям, загальнонаукові і спеціальні методи, системний підхід (принцип), структурно-функціональний метод, класифікаційний аналіз.

Теоретичне значення роботи полягатиме у розширенні розуміння процесів, стратегій популяризації фахового контенту у журналістській сфері, і також у виробленні професійних підходів популяризації контенту загальноуніверситетської кафедри.

Практичне значення виявиться у вдосконаленні підходів до створення та популяризації фахового контенту журналіста, а також конкретні результати з популяризації контенту на кафедрі інженерних систем та технологій.

Структура бакалаврської роботи. Наукова робота складається із вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків і анотацій англійською та українською мовами.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТА З ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОГО КОНТЕНТУ

1.1. Характеристика діяльності журналіста з популяризації UGC та його класифікації в журналістиці

Інтернет-мережа інтегрується в повсякденне життя людей по всьому світу, впливаючи на спосіб, яким вони сприймають та створюють контент. За звітом Digital 2022 Global Statshot від DataReportal, понад 5 млрд людей користуються Інтернетом, а соціальні медіа активно використовують 4,65 млрд осіб, що становить понад 58,7% населення планети, що активно генерує контент у мережі. В Україні ці цифри становлять 67% та 60% відповідно, за даними GlobalLogic. Пандемія Covid-19, зокрема карантинні обмеження, суттєво підвищила ці показники [1].

Ця глибока інтеграція Інтернету в наше повсякдення також призвела до суттєвих змін у функціонуванні ЗМІ. Наприклад, Бабкіна Е. відзначає, що роль аудиторії в еволюції медіа змінилася: вона перестала бути лише споживачем інформації та стала активним учасником діалогу, вибираючи не лише інформацію, але й способи її поширення. Медіа тепер вступають у діалог зі своєю аудиторією, обмінюючись інформацією та співпрацюючи для досягнення спільної мети - надання інформації та створення контенту [1, с.169].

Такий діалогічний підхід відображається і в журналістиці. За словами Бойд Е., журналістика перетворюється на процес активної взаємодії автора з читачем, стимулюючи його до роздумів та дій. Отже, зростання доступу до інформації в Інтернеті призводить до того, що читачі не лише споживають контент, але й активно взаємодіють з ним, нерідко встановлюючи власні умови для медіа [2, с.429].

Початок цифрової ери підштовхнув користувачів до самостійного створення контенту, що включає інформаційні матеріали. Як зауважує Л. Федорчук, сучасна активна аудиторія, яка сформувалася завдяки Інтернету, не лише добре орієнтується в технічних можливостях, а й виступає як творець власного контенту. Якщо раніше розповсюдження та створення новин були виключною прерогативою професійних журналістів, то зараз це монопольне становище ЗМІ поступово зникає. За словами дослідниці, завдяки швидкому розвитку технологій практично будь-хто може публічно висловлювати свої думки та публікувати власні матеріали в Інтернеті [3, с.262].

Соціальні медіа, такі як Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Telegram, TikTok, а також різноманітні месенджери та онлайн платформи, стають важливими інструментами для звичайних громадян. Створення власної сторінки чи блогу стає легким завданням і займає всього кілька хвилин, після чого користувач може публікувати будь-який контент. Текстові пости, коментарі, опитування, фотографії, відео та аудіоподкасти допомагають не лише поділитися моментами з особистого життя, а й обговорювати теми, що цікавлять суспільство. Наприклад, будь-який пост на Facebook може стати важливою новиною та здобути широку суспільну увагу. Частіше за все, такі пости звичайних користувачів стають складовою журналістських матеріалів і стимулюють журналістів піднімати важливі теми у своїх текстах.

Ці публікації в ЗМІ часто називають публікаціями, що містять UGC (від англійського user-generated content - контент, створений користувачами). Це викликає інтерес до роботи Голуба О., який вважає, що технічне забезпечення користувача, таке як комп'ютер чи смартфон, має більший вплив на створення користувацького контенту, ніж сам Інтернет [4, с.184].

Отже, цифровий характер контенту (оцифрування) виявляється ключовою характеристикою, а не сама онлайн-доступність. Аналізуючи UGC, слід почати з класифікації самого user-а, оскільки він є творцем контенту.

Сучасна інтернет-мережа швидко змінюється та адаптується під запити користувачів, створюючи нові можливості для них у створенні контенту.

Проте створення контенту - лише частина можливостей Web 2.0, оскільки користувачі також можуть адаптувати систему під свої потреби, змінювати її вміст та покращувати в залежності від своїх потреб. Дослідники вказують, що створення та поширення контенту існували ще до виникнення Інтернету, але потенціал впливу на масову аудиторію був розкритий лише з появою технологій Web 2.0.

До прикладів веб-сайтів на основі Web 2.0, що підтримують створення та використання користувацького контенту, відносяться YouTube, MySpace, Facebook, Wikipedia, StupidVideos, Flickr, Blogger та особисті веб-сторінки. Важливою рисою Web 2.0 є довіра до користувачів та їх інтеграція у створення продукту. Наприклад, Wiki-сайти, RSS, сервіси обміну та особисті блоги користувачів відображають цей аспект. Таким чином, до користувацького контенту можна віднести різноманітні форми матеріалів, включаючи відгуки, блоги, відео та аудіоподкасти [7, с.198].

Додатково до вищезазначеного, Захарченко А. пропонує включити до видів користувацького контенту також "клік" в мережі. Це означає, що користувачі, взаємодіючи з контентом шляхом лайків, репостів та коментарів, також вносять свій внесок у створення контенту та впливають на його поширення [7, с.198].

Дослідник Зражевська Н. навела подібні висновки, вказавши, що зміцнення впливу контенту в Інтернеті та соціальних мережах залежить від рівня активності, такого як коментарі, лайки, репости, перегляди, і загальний трафік. Зражевська Н. також підкреслила важливість коментарів, розглядаючи їх як своєрідну зброю аудиторії та окремий жанр журналістики. Коментарі спонукають до дискусій та залучають велику кількість учасників, а також створюють емоційне тло для сприйняття подій. Це зумовлено емоційним забарвленням, яке привертає увагу читачів та змушує їх переживати ті ж емоції, що й автор [8, с.70].

Згідно з Карвером Р., партисипативна журналістика відзначається "різноманітними ініціативами, які використовують основні медіа для

залучення участі різних типів користувачів у створення новин". Таким чином, журналісти повинні не лише перетворювати журналістику на діалог з громадянами, але й стимулювати їх участь на різних етапах редакційного процесу. Дослідники вважають, що журналісти повинні розуміти, що вони більше не можуть повністю контролювати інформаційні процеси у суспільстві та мають ділити цей контроль зі звичайними громадянами [9 ,с.115].

Тимошик М. активно досліджує сучасну аудиторію медіа і наголошує, що вони стали не лише споживачами медіапродукту, але й повноправними учасниками масово-інформаційних процесів. Така аудиторія відрізняється креативністю в продукуванні контенту на різних платформах [12, с.560].

Часто у публікаціях відомих ЗМІ можна залишити коментар чи відгук. Це призводить до широкого обговорення тем, що мають суспільне значення, залучаючи увагу читачів ще до самого читання. Навіть дослідник Чабаненко М. В. вивчає явище користувацького генерованого контенту (UGC) в журналістиці, звертаючи увагу на перетворення споживачів у творців. Він визначає основні риси UGC як: доступність через інтернет, високий рівень креативності та виникнення в не-професійному середовищі. Він також вказує, що зростання активності аудиторії у створенні та поширенні контенту в ЗМІ не залежить лише від технологічних змін [13, с.112].

Глушкова Т.В. ідентифікує причини розвитку UGC в журналістиці, включаючи технологічні, соціальні, економічні та законодавчі. Технологічні причини включають доступність інтернету та поширення смартфонів, що полегшує швидке поширення інформації. Соціальні причини включають бажання самовираження "цифрового покоління" через співпрацю з медіа. Економічні причини включають доступність пристроїв для створення контенту та можливість монетизації. Законодавчі причини включають можливість ліцензування та захист авторських прав [14 ,с.89].

Класифікація Шкляра В. І., з іншого боку, поділяє користувацький контент в ЗМІ на кілька типів, включаючи той, що створюється користувачем та використовується ЗМІ, той, що існує паралельно з професійним

медіаконтентом, той, що створюється спільно з працівниками ЗМІ, та той, що розміщується на спеціальних медіаплатформах ЗМІ [16, с.69].

Дослідник Горевалов С. І. пропонує класифікацію користувацького контенту за його використанням у медіа. Зосереджуючись не лише на онлайні, а й на телебаченні та радіо, його розподіл виглядає так: - новинний; - не-новинний; - спільний. Новинний включає матеріали, що використовуються журналістами у новинах, такі як фотографії, відео, коментарі тощо. Не-новинний охоплює огляди, рецензії та інші матеріали без великого суспільного значення. Спільний представляє собою спільний продукт користувачів та редакції [17, с.132].

Рендол Девід, дослідник медіавиробництва та його трансформації під впливом технічного прогресу, не акцентує увагу на класифікації користувацького контенту, а пропонує розрізняти його за процесами створення. Він виділяє [18, с.150]:

- продукування контенту користувачами соціальних медіа;
- дискусії на форумах та сайтах видань;
- участь у створенні контенту, як у випадку сторінок Вікіпедії.

Ступінь участі користувача поділяється на високий, середній та низький, відповідно до складності створеного матеріалу. Ступінь унікальності відображає, чи є контент оригінальним, чи він використовується на основі іншого. За розміщенням у медіа контент поділяється на три типи, залежно від того, чи він використовується в матеріалах ЗМІ чи існує окремо від них. Обставини створення вказують на умови, за яких матеріал був створений, чи то спонтанно, чи за попереднім планом. Під способами передачі контенту розуміються традиційні методи, такі як дзвінки до редакції, а також новіші, як блоги та коментарі в інтернеті.

1.2. Особливості діяльності журналіста з популяризації професійного контенту

Соціальні медіа суттєво змінили динаміку роботи ЗМІ, у багатьох випадках спрощуючи процес, але в інших викликаючи додаткові завдання. Однак беззаперечним фактом є їхнє значення як основного джерела користувацького згенерованого контенту для сучасних журналістів. Платформи, такі як Facebook, Instagram, Twitter, Telegram, YouTube та інші, стали неодмінною частиною життя не лише журналістів, а й звичайних користувачів. Щодня вони засипаються величезним потоком різноманітного контенту: фотографії, відео, аудіо, дописи на різні теми та коментарі. Тепер соціальні медіа стали важливим майданчиком для самовираження та висловлення поглядів на ключові питання [19, с.628].

Завдяки цим платформам журналісти можуть не лише поширювати інформацію цілодобово, але й отримувати оперативні коментарі з актуальних питань. Якщо раніше соціальні медіа асоціювались головним чином з блогосферою, то сьогодні вони охоплюють не лише блоги, але і соціальні мережі, форуми, Вікіпедію, аудіо- та відео-подкасти. Оксфордський словник визначає соціальні медіа як "вебсайти та додатки, що використовуються для соціальних зв'язків". Лизанчук В. В. описує їх як "сукупність інтернет-сервісів та платформ, які дозволяють користувачам спілкуватися, споживати, створювати й поширювати контент", з важливими характеристиками, такими як персоналізованість, вибіркова система обміну інформацією та автоматичне надходження інформації [19, с.628].

Одночасно спеціальний радник представника ОБСЄ з питань свободи ЗМІ, Мацкевич О. О., підкреслює, що соціальні медіа значно спростили обмін інформацією та розширили можливості журналістської діяльності. Термін "соціальні медіа" він визначає як "використання веб-технологій і мобільних технологій для перетворення спілкування на інтерактивний діалог". Отже, значні зміни в роботі ЗМІ перш за все пов'язані з появою соціальних медіа, зокрема Facebook у 2004 році. Це дало користувачам можливість транслювати свої фотографії та відео не лише з особистого життя, а й з місць суспільно важливих подій. Пізніше, у 2006 році, з'явився Twitter, який завдяки

обмеженню в 140 знаків навчив користувачів лаконічно висвітлювати інформацію [20, с.208].

Справді, поява соціальних медіа суттєво вплинула на суспільство, створивши окремі спільноти зі своєю унікальною мережевою культурою. Трейсі Б. підкреслює, що соціальні медіа виконують важливу роль у формуванні духовності, освіченості та культури спілкування у віртуальному середовищі, сприяючи розвитку комунікативної компетентності. Це може допомогти користувачам адаптуватися до професійної діяльності у майбутньому. Трейсі Б. розглядає соціальні медіа як глобальний культурний феномен і підкреслює важливість управління інформаційним ресурсом, що генерується користувачами в мережі [22].

Бабкіна Е. розглядає соціальні медіа як структуру, що ґрунтується на міжособистісних зв'язках та взаємних інтересах людей. Вона вказує на можливість користувачів групуватися з однодумцями та взаємодіяти через різноманітні шляхи, такі як відео, чати, зображення, музика, блоги та форуми. Соціальні медіа стали зручним, корисним та практично безкоштовним ресурсом, який варто використовувати [1, с.169].

Популярність соціальних медіа також можна пояснити збільшенням обсягу інформації в сучасних виданнях та загальних інформаційних потоках, з якими читачі не завжди можуть впоратися. Тому звичайним користувачам потрібно обмежувати коло джерел, які їм цікаві та корисні, і соціальні медіа допомагають в цьому. Таким чином, звичайні користувачі все частіше звертаються за новинами саме до соціальних медіа.

Телевізійні передачі та веб-сайти, за винятком соціальних мереж, займають друге та третє місце в популярності серед користувачів. Серед тих, хто використовує соціальні мережі як джерело новин, найчастіше обирають Telegram (65,7%), YouTube (61,2%) та Facebook (57,8%). Далі за популярністю йдуть Viber (48%), Instagram (29,1%), TikTok (19,5%) та Twitter (8,9%). Лише 2% респондентів користуються іншими соціальними мережами, такими як WhatsApp, Signal і т. д.

Про цю особливість соціальних мереж говорить і Д. Бойд. Вона відзначає, що їх унікальність полягає не лише в розширенні кола спілкування, а й у можливості створення стабільного оточення, оскільки користувач може самостійно вибирати, що переглядати в своєму стрічці відповідно до власних інтересів. Бойд Е. пропонує визначення соціальних мереж як мережевих платформ, що дозволяють користувачам: створювати профілі в межах однієї системи; визначати коло користувачів для спілкування та обміну інформацією; знайомитися з новими людьми [2, с.429].

Нові можливості задоволення потреб звичайних користувачів пояснюють популярність соціальних мереж та постійне збільшення їхнього трафіку. Вайшенберг З. вказує на інші причини такої привабливості: отримання інформації або підтримки; соціальна вигода від контактів; перевірка ідей через участь у соціальній взаємодії; рекреація. Активна взаємодія з іншими користувачами дає людині можливість не лише ділитися інформацією, а й отримувати її у відповідь на свої запити, відпочивати, переглядаючи гумористичні відео, та шукати однодумців [3, с.262].

Голуб О. висловлює цікаву думку щодо такої популярності соціальних мереж, вказуючи, що завдяки можливостям Інтернету "людина стає учасником того, до чого вона не має фізичного контакту", оскільки в інформаційному полі, що формується навколо окремих користувачів, навіть для участі в протестних рухах не обов'язково бути присутнім на вулицях, оскільки "соціальні мережі дозволяють людям кричати проти і сидячи вдома, думаючи, що їх ніхто не бачить" [4, с.184].

Нині дослідники розглядають соціальні мережі як важливу складову сучасного інформаційного простору, які відображають функції самопрезентації, самореалізації, комунікації та розваг. До основних ознак соціальних мереж відносять: швидкість та оперативність пошуку необхідної інформації; доступність та прозорість передачі повідомлень; участь у різноманітних спільнотах (наукових, розважальних); обмін відео та аудіо файлами тощо. Важливою перевагою для редакцій видань є високий рівень

довіри з боку аудиторії, який вони отримують завдяки використанню користувацького змісту на своїх сторінках.

Згідно з дослідженнями, медійні ресурси, які використовують користувацький контент у своїх матеріалах, користуються на 50% більшим довір'ям аудиторії, а їх контент краще запам'ятовується на 35% порівняно з традиційними медіа. Також глобальне дослідження компанії Nielsen за 2020 рік показує високий рівень довіри до авторського контенту в Інтернеті.

Наприклад, 66% користувачів з усього світу довіряють інформації, розміщеній в Інтернеті іншими споживачами, з розподілом за континентами: 70% - з Азії, 71% - з Африки, 60% - з Європи, 63% - з Америки. Мілленіали (70%) виявляють найбільше довіри до користувацького контенту серед інших вікових груп. Наприклад, Бумери - 58%, покоління Z - 63%, покоління X - 69%, покоління Silent - 47%. Медіаексперти, такі як Н. Еллерінг, відзначають користь соціальних медіа в маркетинговому плані, оскільки вони дозволяють онлайн-ЗМІ збирати аналітику вподобань аудиторії.

Городенко Л. наголошує на важливості для журналістів використання соціальних медіа та блогів користувачів для моніторингу інтересів аудиторії, але зауважує, що це підвищує відповідальність редакції за обробку та використання отриманої інформації. Дослідник, такий як Городенко Л., вказує на те, що соціальні медіа можуть ускладнювати роботу журналістів, зменшуючи якість новинного контенту через збільшення обсягу неструктурованої та недостовірної інформації [5, с.68].

Отже, як видно, використання даних із соціальних мереж потребує від журналіста певних знань і навичок, щоб ця діяльність була результативною. Данько-Сліпцова А. розглядає соціальні медіа через призму їх можливості демократизації, яка дозволяє масово висловлювати ідеї, тому журналісту потрібно більше, ніж просте володіння сучасними технологіями. Вміння збирати та організовувати інформацію є ключовими для журналіста, проте важливим також є "поглиблене розуміння журналістики" [45, с. 104], за словами дослідника. Особливо в сучасній роботі ЗМІ, де враховується контент

користувачів, виникає дилема: що важливіше - швидкість інформації або її якість. Навіть при усіх перевагах існують ризики, які можуть призвести до втрати аудиторії та погіршення репутації медіа [6, с.84].

До цих ризиків відносяться: - вплив авторських позицій, упередженість або особисті мотиви; - спам, флуд, реклама; - розголошення особистих даних та юридичні ризики; - копіювання, порушення авторських прав; - маніпуляція інформацією, клевета; - використання ворожнечі, тролінг та провокації [26, с. 235]. Про швидкість поширення інформації в мережі говорить також В. Садівничий, наголошуючи, що в погоні за оперативністю журналісти часто використовують неперевірені факти. І хоча Інтернет заповнений фейками, "саме в Інтернеті є багато можливостей для якісного перевірки фактів" [28, с. 42].

Як приклади світових та вітчизняних онлайн-ресурсів для перевірки фактів автор наводить такі сайти: Emergent, Factcheck.org, Politifact.com, Citizen Evidence Lab, FactCheckEU.org, StopFake, VoxUkraine, «Слово і діло» [28, с. 42]. У своєму дослідженні про фейкову інформацію в соціальних медіа, М. Кіца також підкреслює важливість перевірки інформації, оскільки будь-хто може розміщувати пости в мережі, і ця інформація не завжди відповідає дійсності. Вона стверджує, що "інформація є достовірною тільки тоді, коли вона підтверджена офіційними джерелами" [7, с.198].

Зокрема, основною проблемою користувацького контенту є його якість через відсутність адекватної модерації соціальних медіа. У зв'язку з цим деякі практикуючі журналісти вважають, що "контент, створений користувачами, ефективніше працює в особистісній сфері та інтересах людей, ніж в 'важких' новинах" [40, с. 9]. Тому сучасні журналісти наголошують на важливості перевірки інформації, особливо тієї, що походить з соціальних медіа, проте навіть тут думки розходяться. Захарченко А. з ГО "Детектор медіа" провела дослідження щодо цього питання та показала великий інтерес журналістів до використання інформації із соціальних медіа [8, с.70].

Досвідчені вітчизняні редактори та експерти у медіа мають різні точки зору на співпрацю з ЗМІ, зокрема щодо форматів контенту у виданнях, але всі погоджуються, що вони є цінним джерелом інформації, яке потребує перевірки. Наприклад, головна редакторка Київського бюро «Радіо Свобода» стверджує, що "можна не перевіряти лише ту інформацію, яку ви вважаєте достовірною". Вона вважає достовірною інформацію з верифікованих профілів офіційних установ та організацій [8, с.70].

Але голова правління ГО «Громадське радіо» та голова Комісії з журналістської етики Андрій Куликов не вважає достовірним жодне джерело з соціальних медіа та наголошує на перевірці інформації. Таку ж позицію має і медіаюрист ГО «Центр демократії та верховенства права» Ігор Розкладай, який стверджує, що навіть верифікований акаунт не звільняє журналіста від потреби перевірки інформації, оскільки соцмережі можуть поширювати дезінформацію. Водночас, використовуючи контент соціальних медіа, важливо дотримуватись принципу балансу думок, оскільки вони часто використовуються для формування позитивного іміджу. Журналістам варто уникати однобічного підходу до такої інформації, не працювати на інтереси інших осіб та не піддаватися на їх вплив, як зазначають Карвер Р., який підкреслює, що принципи достовірності, точності, повноти, неупередженості та збалансованості є основою якісної журналістики [9, с.115].

У своїй публікації Крейг Р. підтверджує, що журналісти все частіше використовують соціальні медіа як джерело інформації. Вона приводить результати дослідження популярних платформ, зауважуючи, що лідерами стали Facebook, Twitter та Instagram. Зокрема, Facebook використовується для пошуку інформації на особистих сторінках користувачів і контакту з коментаторами, Twitter — для оперативних новин та трендів, а Instagram — як візуальний супровід для матеріалів [10, с.323].

Для регіональних видань соціальні медіа стають основним джерелом ідей і тем для статей, оскільки вони відображають актуальні події. Потятиник Б. вказує на перевагу Facebook серед журналістів і наводить такі цифри: 90%

використання для пошуку інформації, 75% — для пошуку тем, 73% — для налагодження контактів тощо. Дослідження Інституту масової інформації також підтверджує зростання ролі соціальних медіа в українських ЗМІ [11, с.246].

Наприклад, більшість інформації в ЗМІ надходить з Facebook — 63%, 23% — з Instagram, 6,5% — з Twitter, а менше з Telegram та YouTube. Дослідження Б. Келлерхальса також відзначає часте використання користувацького контенту журналістами та їх ставлення до цього явища. Автор підкреслює важливість залучення аудиторії до створення контенту, але вказує на спірність поглядів серед медійників.

У своїй роботі журналісти активно використовують такий тип контенту, але одночасно уникають занадто тісного взаємодії з аудиторією, оскільки це може порушити стандарти професійної етики. Проблема полягає в тому, щоб забезпечити високу якість матеріалів у відповідності з професійними стандартами. Соціальні медіа з'явилися як відповідь на технологічний прогрес та потребу спілкування серед людей. З часом вони перетворилися з платформи для спілкування в місце для вираження особистості та створення контенту. Зображення, відео, аудіозаписи і навіть текстові повідомлення все частіше стають базою для журналістських матеріалів, а масові користувачі стають потенційним джерелом інформації. ЗМІ, що активно взаємодіють з аудиторією, зазвичай мають вищі показники довіри порівняно з традиційними ЗМІ [12, с.560].

Проте, соціальні медіа, так само як і контент від користувачів, приносять не лише позитивні наслідки, але й серйозні виклики. З одного боку, це дозволяє отримувати оперативну інформацію, з іншого – потребує великої уваги до перевірки достовірності. Багато контенту в мережі є аматорським, а також існує велика кількість фейків та спеціально замовлених матеріалів, що може підірвати довіру до ЗМІ та збити з пантелику читачів. Таким чином, журналісти повинні мати навички перевірки достовірності контенту, щоб

забезпечити високу якість своїх матеріалів та дотримуватися журналістських стандартів.

Це призводить до того, що робота журналістів ускладнюється, навіть якщо на перший погляд це не виглядає так. Проте правильне використання соціальних медіа у повсякденній практиці журналіста та залучення аудиторії до співпраці може допомогти сучасним ЗМІ не лише інформувати, але й стати каталізатором активної участі читачів у процесах масової комунікації.

Методи популяризації включають різноманітні підходи до подання інформації, зокрема перетворення складних концепцій на зрозумілий мову загального рівня. Робота з термінологією є ключовим елементом, оскільки правильне введення термінів у текст і їх пояснення може значно полегшити сприйняття матеріалу аудиторією.

Популяризація також передбачає ілюстрування теоретичних понять прикладами з реального життя, що дозволяє аудиторії краще зрозуміти матеріал. Глибоке осмислення теми та вміння працювати у предметній галузі допомагають журналістам вибрати найважливіші аспекти для подальшого розгляду. Особливий стиль та мова тексту, наближені до публіцистичного, а не наукового стилю, роблять матеріал більш доступним та привабливим для аудиторії.

Залучення великої кількості платформ для розміщення контенту, а також мультिकанальність, де контент доповнюється на різних платформах, є важливими аспектами популяризації професійного контенту. Це дозволяє досягти більш широкої аудиторії та збільшити ефективність комунікації з нею.

Методи популяризації професійного контенту включають інноваційні підходи, такі як використання відео-, аудіо- та інтерактивних форматів, що сприяють залученню уваги аудиторії. Контент може бути адаптований до різних соціальних мереж та платформ, щоб максимально ефективно доповнювати взаємодію з різними групами користувачів.

Важливою складовою успішної популяризації є також аналіз реакції аудиторії та постійне вдосконалення стратегії на основі отриманих даних.

Постійна взаємодія з аудиторією через коментарі, опитування та аналіз зворотного зв'язку дозволяє зрозуміти їхні потреби та вподобання.

Також важливою є вміння відповідати на актуальні запитання та проблеми аудиторії, створюючи контент, що відповідає їхнім потребам і інтересам. Через постійне вдосконалення та адаптацію підходів до популяризації, журналісти можуть забезпечити більший вплив свого контенту на цільову аудиторію.

Розглянемо конкретні приклади застосування методів популяризації професійного контенту:

Використання простої мови: Наприклад, в медичній журналістиці, використання зрозумілої термінології у статтях про захворювання дозволяє широкому загалу краще розуміти проблему і вживати необхідні запобіжні заходи.

Ілюстрація термінів прикладами: У технічних журналах, можна пояснити складні терміни або процеси шляхом наведення реальних прикладів чи аналогій, що спрощує їх розуміння.

Мультиканальність контенту: Наприклад, в інтернет-журналістиці, стаття про технологічні новини може бути поширена як текстовий матеріал на веб-сайті, так і у вигляді відеоролика на YouTube, що дозволяє залучити більше аудиторії різними способами.

Глибоке осмислення теми: В науковій журналістиці, статті, які відображають глибоке розуміння предметної галузі та висвітлюють важливі аспекти проблеми, привертають увагу спеціалістів і стають вагомим джерелом інформації.

Ці приклади показують, як різноманітні методи популяризації можуть бути успішно застосовані для залучення уваги до професійного контенту та ефективного спілкування з різними аудиторіями.

Отже, у першому розділі роботи ми зосередилися на аналізі професійної роботи журналіста з популяризацією професійного контенту. Визначили ключові аспекти, які впливають на успішну популяризацію контенту та

взаємодію з цільовою аудиторією. Аналізуючи різноманітні стратегії та методи, виявили ефективні підходи, які сприяють збільшенню зацікавленості аудиторії та підвищенню впливу.

Основні висновки зазначають, що успішна робота журналіста з популяризацією професійного контенту потребує комплексного підходу та постійного аналізу ринкових тенденцій. Важливою є адаптація контенту до потреб та інтересів цільової аудиторії, а також використання інноваційних PR-технологій та медіа-інструментів.

На основі аналізу висвітлено також значення взаємодії з аудиторією через різноманітні канали комунікації та платформи. Журналістам слід активно використовувати соціальні мережі, веб-сайти, блоги, подкасти та інші інструменти для привертання уваги до свого контенту.

Крім того, велике значення має професійна етика та відповідальність перед аудиторією. Журналісти повинні дотримуватися принципів об'єктивності, достовірності та збалансованості у своїй роботі, щоб зберігати довіру своєї аудиторії та збільшувати свою публічну довіру.

РОЗДІЛ 2: ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО КОНТЕНТУ ЗАСОБАМИ ЖУРНАЛІСТИКИ

2.1. Оцінка потенційного впливу на реципієнта професійного контенту

Наповнення офіційної веб-сторінки університету - це ключовий етап у створенні інформаційного простору, який відображає діяльність та цінності закладу. Перш за все, на сторінці повинна бути доступна загальна інформація про університет, його історія, місія та основні досягнення. Це допомагає відвідувачам швидко ознайомитися з ключовими аспектами діяльності установи.

Далі, важливо надати інформацію про академічні програми, які пропонуються університетом, включаючи опис кожної програми, умови

вступу, план навчання та можливості кар'єрного зростання для випускників. Чітко структурована інформація допомагає студентам та їх батькам зробити обґрунтований вибір у виборі навчального закладу [1, с.167].

На веб-сторінці університету повинна бути розділена інформація про дослідницьку роботу та проекти, які ведуться в університеті. Це допомагає підвищити престиж установи в наукових колах та привернути увагу потенційних аспірантів та науковців [2, с.429].

Далі, важливо мати розділ, присвячений актуальним новинам та подіям університету. Це може включати оголошення про конференції, лекції відомих гостей, наукові досягнення співробітників та студентів, а також інші важливі події, які відбуваються на кампусі. Цей розділ допомагає утримувати веб-сторінку університету актуальною та цікавою для відвідувачів [3, с.262].

Крім того, на сторінці можуть бути розділи, присвячені ресурсам для студентів, таким як бібліотека, центр кар'єри, поради щодо навчання та інші корисні сервіси. Це допомагає студентам знаходити необхідну інформацію та ресурси для успішного навчання та особистого розвитку.

Не менш важливим є розділ, присвячений інформації для майбутніх студентів, включаючи процес подання заявок на вступ, вимоги до аплікантів, дати та строки вступної кампанії, а також інші корисні відомості, які допоможуть аплікантам успішно пройти процес вступу в університет [4, с.184].

Під час дослідження було виявлено, що колірна гама поточної веб-сторінки може виглядати занадто офіційно. Після аналізу різноманітних варіантів було прийнято рішення додати більше яскравих та енергійних кольорів. Це робить сторінку більш привабливою та відображає динамічний характер кафедри.

Дослідження також показало, що розділ про кафедру потребує додаткового наповнення інформацією щодо досягнень студентів та викладачів. Зокрема, включення огляду проектів, наукових досягнень

студентів та участь у конференціях виявилось важливим. Це сприятиме підвищенню інтересу відвідувачів та покращить репутацію кафедри [5, с.69].

Вивчення додавання розділу про найкращих викладачів та їхні досягнення підтвердило його важливість для підкреслення професійного рівня кафедри та привертання уваги абітурієнтів. Додавання коротких біографій викладачів та їхніх наукових публікацій також виявилось ефективним.

Під час проведення дослідження виявлено, що покращення візуальної привабливості та інформативності веб-сторінки кафедри є важливим завданням. Аналіз даних показав, що кольорова гама, зокрема синій колір, може передавати враження формальності, що може вплинути на сприйняття сторінки. Тому, рекомендується використовувати яскравіші та енергійніші кольори, які відобразатимуть динамічність та життєвість кафедри [6, с.84].

Виявлено, що розділ про кафедру потребує більшої кількості інформації щодо досягнень студентів та викладачів. Рекомендується включити огляд проектів, наукові досягнення та участь у конференціях. Додавання розділу про найкращих викладачів також є доцільним, щоб підкреслити професійний рівень кафедри та привернути увагу абітурієнтів.

За результатами аналізу було виявлено, що варто розглянути можливість додавання відео-презентацій та інтерактивних елементів на веб-сторінку. Це допоможе залучити увагу аудиторії та зробити інформацію більш доступною. Також слід врахувати потребу у мобільній сумісності та швидкому доступі до основної інформації [7, с.198].

Зокрема, важливо забезпечити зручний інтерфейс для навігації по сторінці та актуальність інформації. Регулярне оновлення новин та подій допоможе зберігати інтерес аудиторії та показувати динаміку розвитку кафедри. Крім того, рекомендується додавати посилання на корисні ресурси та літературу для додаткового вивчення та досліджень.

Також, важливою частиною оптимізації веб-сторінки є створення рубрик, спрямованих на різні категорії аудиторії. Наприклад, створення розділу "Студентське життя" дозволить публікувати фотографії та описи

заходів, що відбуваються на кафедрі, спортивні змагання, культурні заходи та інше. Це сприятиме залученню уваги студентів та зробить сторінку більш привабливою для них [8, с.70].

Інтерактивні елементи, такі як опитування та форми зворотного зв'язку, можуть покращити взаємодію з аудиторією та стимулювати активну участь користувачів. Це може допомогти залучити увагу студентів, викладачів та інших відвідувачів, а також поліпшити комунікацію всередині кафедри.

Необхідно також звернути увагу на адаптивний дизайн для мобільних пристроїв, щоб забезпечити зручний доступ до інформації незалежно від типу пристрою. Це дозволить користувачам легко отримувати необхідну інформацію навіть під час пересування або використання мобільних пристроїв.

З метою підвищення ефективності веб-сторінки також розглядається можливість створення окремої сторінки або розділу, присвяченого проектам та дослідженням, які ведуться на кафедрі. Це буде важливим кроком для демонстрації активності наукової діяльності кафедри та створить можливості для співпраці з іншими науковими установами чи промисловими партнерами.

Акцент на адаптацію сайту для мобільних пристроїв є ключовим аспектом з метою забезпечення максимальної зручності для користувачів. Це важливо врахувати, оскільки користувачі все частіше використовують мобільні пристрої для доступу до інтернету. Таким чином, забезпечення швидкого та зручного доступу до інформації на будь-якому пристрої стає пріоритетом [9, с.115].

Нарешті, регулярне оновлення контенту та підтримання актуальності інформації на сторінці є важливим аспектом з метою збереження інтересу аудиторії та підтримки динаміки розвитку кафедри. Це дозволить залучати нових відвідувачів та підтримувати інтерес існуючої аудиторії до діяльності кафедри.

Під час аналізу веб-сайту кафедри інженерних систем та технологій виявлено, що основним напрямком позиціонування є акцент на передових

технологіях та інноваціях. Сайт прагне створити враження професійного центру знань, де студенти та викладачі займаються дослідженнями та розробками на межі науки та технологій.

Основними елементами позиціонування є наукова активність, навчання за сучасними програмами та підготовка кваліфікованих фахівців. Сайт прагне підкреслити свою репутацію як лідера в галузі, пропонуючи високоякісну освіту та розвиваючи новаторські технології [10, с.323].

Сайт активно використовує можливості для просування своєї діяльності, наприклад, шляхом публікації наукових статей, презентацій дослідницьких проектів та участі у міжнародних конференціях. Це сприяє створенню враження професіоналізму та авторитету серед академічної та наукової спільноти.

Сайт кафедри інженерних систем та технологій виокремлюється своїм високим ступенем професіоналізму у всіх аспектах своєї діяльності. Це виявляється у високому рівні наукових досягнень викладачів та студентів, а також у впровадженні передових технологій у навчальний процес [11, с.246].

На сайті представлена інформація про наукові дослідження, яка відображає глибину та ширину академічного потенціалу кафедри. Публікації у наукових журналах, участь у конференціях та проекти зазначаються як свідчення високого рівня наукової діяльності.

Також, сайт акцентує увагу на професійних досягненнях викладачів та студентів, що виявляється у їхній участі у професійних асоціаціях, отриманні нагород та визнанні відгалузевих експертів. Повний спектр освітніх програм, які пропонуються кафедрою, відповідає сучасним вимогам та стандартам в галузі інженерних наук і технологій. Навчальні програми розроблені з урахуванням потреб ринку праці та сприяють підготовці кваліфікованих фахівців.

Сайт відзначається високим ступенем організаційної ефективності та системності. Чітко структурована інформація, легка навігація та доступ до всіх

важливих розділів дозволяють користувачам швидко знаходити потрібну інформацію без зайвих зусиль.

Професійний підхід також виявляється у використанні передових технологій у дизайні та розвитку веб-сторінки. Сучасний дизайн, відповідність стандартам безпеки та оптимізація для різних пристроїв демонструють високий рівень технічних компетенцій [12, с.560].

Сайт активно підтримує комунікацію зі студентами, викладачами та потенційними абітурієнтами. Форми зворотного зв'язку, блоги, форуми або онлайн-консультації створюють можливість для взаємодії та обміну інформацією, що сприяє покращенню якості освіти та науково-дослідницької роботи.

Надалі, для підтримки свого професійного статусу та репутації, сайт кафедри інженерних систем та технологій може розглядати можливість розвитку колаборацій з іншими вищими навчальними закладами, науковими установами та промисловими партнерами. Це не лише сприятиме обміну знаннями та досвідом, але й розширить можливості для спільних досліджень та проектів.

Крім того, для підвищення професійного статусу, сайт може активніше взяти участь у міжнародних конференціях, виставках та інших подіях, де представники кафедри зможуть демонструвати свої досягнення та встановлювати нові партнерства. Це дозволить підняти рівень впізнаваності кафедри на міжнародному рівні та залучити увагу відомих фахівців та науковців.

Зокрема, активна участь в міжнародних проектах та програмах обміну може сприяти виробленню міжнародного визнання та розширенню можливостей для співпраці з іншими вищими навчальними закладами та дослідницькими центрами з усього світу.

Такі кроки допоможуть підтримати і підвищити професійний статус кафедри інженерних систем та технологій, покращать її репутацію та

забезпечити динамічний розвиток у сучасному освітньо-науковому середовищі.

2.2. Рекомендації щодо оновлення контенту

Одним з актуальних напрямів покращення кафедри інженерних систем та технологій може бути вдосконалення навчальних програм з урахуванням сучасних технологічних та індустріальних тенденцій. Це дозволить забезпечити студентів актуальними знаннями та навичками, які відповідають потребам ринку праці.

Важливим напрямом може стати розвиток партнерських зв'язків з промисловими підприємствами та дослідницькими установами. Це відкриє нові можливості для студентів у здобутті практичного досвіду та участі у професійних проектах, а також сприятиме впровадженню новітніх технологій та інновацій у навчальний процес [13, с.112].

Також, важливим аспектом може бути розвиток науково-дослідницької діяльності кафедри, зокрема шляхом залучення студентів до активної участі у дослідницьких проектах та конференціях. Це сприятиме підвищенню якості навчання, розвитку креативності та стимулюванню інтересу до науки серед студентів.

Ще одним напрямом може бути впровадження сучасних методів оцінки знань та навичок студентів, таких як проєктна діяльність, кейс-стаді, тестування з використанням електронних платформ тощо. Це дозволить забезпечити більш об'єктивну та комплексну оцінку успішності студентів та підготувати їх до викликів сучасного ринку праці.

Додатковим напрямком розвитку кафедри може бути створення центру інновацій та технологічного перетворення, де студенти та викладачі могли б спільно працювати над розробкою та впровадженням новаторських ідей та технологій. Це сприятиме створенню стимулюючого середовища для творчості та сприятиме виникненню нових ідей та проєктів [14, с.89].

Розвиток програм міжнародного обміну може збагатити навчальний процес та розширити горизонти для студентів та викладачів. Міжнародний обмін досвідом та знаннями сприятиме розвитку міжкультурного розуміння та відкриє нові можливості для співпраці з університетами та науковими установами з різних країн.

Важливим аспектом може бути підтримка та розвиток студентських ініціатив та проєктів. Створення студентських організацій та клубів, які б спрямовувалися на розробку проєктів у сфері інженерії та технологій, може стати стимулом для розвитку творчості та лідерських якостей серед студентів.

Додатковим кроком у покращенні кафедри може бути активізація співпраці з промисловими партнерами та підприємствами. Це може включати створення програм стажування для студентів на підприємствах, спільні проєкти досліджень та розробок, а також сприяння в трудоустрої випускників на провідних підприємствах галузі.

Розвиток онлайн-освіти та впровадження дистанційних навчальних програм може зробити кафедру більш доступною та привабливою для студентів з різних країн та регіонів. Це дозволить привернути більше міжнародних студентів та викладачів, а також розширить аудиторію для наукових досліджень та співпраці.

Крім того, активізація участі кафедри у грантових програмах та конкурсах може забезпечити додаткові ресурси для проведення досліджень та впровадження нових технологій. Це дозволить збільшити видимість кафедри науково-дослідницької діяльності та підвищить її статус у науковій спільноті.

Таблиця 1.3.

Напрями покращення кафедри інженерних систем та технологій

Напрямок покращення	Можливий результат
Вдосконалення навчальних програм з урахуванням сучасних технологічних та індустріальних тенденцій	Підвищення рівня актуальності та практичності освіти, забезпечення відповідності потребам ринку праці.
Розвиток партнерських зв'язків з промисловими підприємствами та дослідницькими установами	Збільшення можливостей для практичного навчання студентів, створення спільних проєктів досліджень та розробок.

Розвиток онлайн-освіти та впровадження дистанційних навчальних програм	Забезпечення доступності навчання для студентів з різних регіонів та країн, розширення аудиторії для навчальних програм та наукових досліджень.
Участь у грантових програмах та конкурсах	Забезпечення додаткових ресурсів для проведення досліджень та впровадження нових технологій, підвищення статусу кафедри у науковій спільноті.

ТАБЛИЦЮ РОЗРОБЛЕНО АВТОРОМ НА ОСНОВІ ДЖЕРЕЛА [14, с.90].

Таблиця надає структуровану інформацію про актуальні напрями розвитку кафедри інженерних систем та технологій, а також їхні можливі результати. Перший напрямок стосується вдосконалення навчальних програм з урахуванням сучасних технологічних та індустріальних тенденцій. Він спрямований на підвищення актуальності освіти та практичності знань студентів, що відповідає потребам сучасного ринку праці.

Другий напрямок полягає в розвитку партнерських зв'язків з промисловими підприємствами та дослідницькими установами. Це сприятиме створенню спільних проектів та забезпечить студентам можливість здобувати практичний досвід на реальних об'єктах.

Третій напрямок зосереджений на розвитку онлайн-освіти та впровадженні дистанційних навчальних програм. Це дозволить розширити доступність навчання та залучити студентів з різних регіонів та країн, що сприятиме більш глобальному охопленню освітніми програмами.

Четвертий напрямок передбачає участь у грантових програмах та конкурсах. Це може стати додатковим джерелом фінансування для досліджень та проектів, що сприятиме науковому розвитку кафедри і підвищить її статус у науковій спільноті [15, с.192].

З огляду на виявлені актуальні напрями покращення кафедри інженерних систем та технологій, можна зробити кілька висновків. Перш за все, важливо зазначити, що навчальні програми потребують постійного оновлення та адаптації до сучасних технологічних та індустріальних вимог. Це

дозволить забезпечити студентів актуальними знаннями та навичками, які будуть відповідати потребам ринку праці.

Важливо активізувати партнерські зв'язки з промисловими підприємствами та дослідницькими установами. Спільні проекти та програми стажування можуть забезпечити студентам практичний досвід та допомогти їм підготуватися до викликів сучасного ринку праці.

Також, розвиток онлайн-освіти та впровадження дистанційних навчальних програм може сприяти зростанню доступності навчання для студентів з різних регіонів та країн. Це важливо для забезпечення рівних можливостей навчання та підвищення міжнародного впливу кафедри.

Участь у грантових програмах та конкурсах може стати ключовим джерелом фінансування для досліджень та розвитку кафедри. Це дозволить забезпечити ресурси для впровадження новітніх технологій та розвитку наукових досліджень, що підвищить статус кафедри у науковій спільноті.

Зважаючи на проведений аналіз професійного контенту структурного підрозділу університету Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, можна зробити декілька висновків. По-перше, важливо відзначити різноманітність представленого контенту, що включає інформацію про факультети, кафедри, академічні програми, наукову діяльність та інші аспекти університетського життя. Це свідчить про комплексний підхід до представлення інформації та прагнення університету до максимальної прозорості та доступності для користувачів.

Слід відзначити наявність актуальних та вичерпних даних про навчальні програми, наукові досягнення, структуру управління та інші аспекти функціонування університету. Це сприяє формуванню довіри серед студентів, викладачів та громадськості загалом та допомагає у виборі найбільш підходящих навчальних чи наукових програм.

Зауважимо також, що наявність зручного та інтуїтивно зрозумілого інтерфейсу університетського веб-сайту сприяє зручності користування та навігації. Це важливо для забезпечення ефективної комунікації між різними

групами користувачів та підвищення загального задоволення від користування ресурсом.

У цілому, аналіз показав, що структурний підрозділ університету Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського володіє високим рівнем організації та представлення інформації, що сприяє ефективному функціонуванню університету та задоволенню потреб користувачів.

2.3. Популяризація та промоція просування контенту

Для створення контенту на кафедрі інженерних систем і технологій ми використали практичний матеріал, а саме, — це замітка про кафедру. Кафедра інженерних систем і технологій активно просуває свою діяльність. Було організовано створення відео-презентації для веб-сторінки кафедри на сайті Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського за участі студентів першого курсу. Вони представили свої спеціальності, зокрема «Екологія» та «Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка», з метою залучення нових студентів. Цей процес координували завідувачка кафедри Наталія Вячеславівна Омецинська та студентка четвертого курсу факультету журналістики Яна Вінділович. У створенні відео взяли участь студенти першого курсу Георгій Вишемірський (спеціальність «Екологія») та Світлана Нікітіна (спеціальність «Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка»). Планується запис нового відео для веб-сторінки кафедри.

На кафедрі інженерних систем і технологій активно працюємо над популяризацією спеціальностей. Ми почали ініціативу створення відео-презентації для веб-сторінки кафедри на сайті Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Ця ініціатива має на меті привернути увагу нової аудиторії та залучити нових студентів до наших спеціальностей.

Відповідальність за організацію цього процесу лежить на завідувачці кафедри, Наталії Вячеславівні Омецинській, та студентці 4 курсу кафедри журналістики, Яні Вінділович. Ми плануємо створити відео, в якому розповімо про наші спеціальності, зокрема "Екологію" та "Автоматизацію, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніку" [23].

Ми вже успішно завершили перший етап цього процесу та готуємося до запису нового відеоматеріалу для веб-сторінки кафедри. Наша мета - інформувати та зацікавити молодь у можливостях, які надає наш університет, та показати переваги обрання спеціальностей на кафедрі інженерних систем і технологій.

У нашому відеоматеріалі ми плануємо зосередитися на практичних аспектах навчання на кафедрі. Ми маємо намір зробити акцент саме на тому, як наші студенти отримують практичні навички та досвід у реальних умовах.

Відбір студентів для участі у відео відбувався з урахуванням їхньої зацікавленості та знань у вибраних спеціальностях. Це дозволило нам створити матеріал, який буде не лише інформативним, але й мотиваційним для майбутніх абітурієнтів [24].

Кафедра відкриває двері у велике майбутнє для студентів, які обирають шлях інженерної освіти. Через спільні зусилля ми створюємо можливості для здобуття глибоких знань та практичного досвіду, які допоможуть нашим студентам досягти успіху в майбутній кар'єрі.

Ми пишаємося можливістю працювати з такими талановитими та мотивованими студентами. Наша спільна мета - показати світові, що кафедра інженерних систем і технологій Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського - це місце, де кожен студент може реалізувати свій потенціал та отримати високоякісну освіту.

У нашому проєкті кожен етап організації відеоматеріалу був ретельно продуманий та виконаний з великою увагою до деталей. Ми брали на себе відповідальність за збір інформації, створення логічної структури та написання тексту для відеоролика.

Ми прагнули показати не лише теоретичні знання, але й практичний досвід, який отримують студенти нашої кафедри. Кожен з учасників відеоролика допоміг нам в цьому, демонструючи свої знання та вміння в обраних спеціальностях.

Наша мета полягала не лише у створенні інформаційного матеріалу, але й у приверненні уваги нових студентів до нашої кафедри. Ми сподіваємося, що наша робота буде відображати високий рівень підготовки студентів та можливості, які вони мають на нашій кафедрі [25].

Я вірю, що наші зусилля будуть нагороджені успіхом, і що наш відеоматеріал буде корисним для всіх, хто цікавиться навчанням на кафедрі інженерних систем і технологій.

Увесь процес створення відеоматеріалу був тісно узгоджений з завідувачкою кафедри Інженерних систем і технологій, Омецинською Наталією Вячеславівною. Її професійний підхід та керівництво були невід'ємною частиною успішної реалізації сценарію.

Важливим етапом було написання рекомендацій, які мали на меті підкреслити ключові переваги кафедри та залучити більше студентів.

Додатково були створені відеоматеріали для кафедри, у яких брала участь студентка Вінділович Яна, де представила загальну інформацію про кафедру, спрямовану на залучення майбутніх абітурієнтів та підтримку інтересу і зростання кафедри.

Крім того, у відео брали участь Єгор Вишемірський, студент першого курсу, який навчається на спеціальності "Екологія", та Світлана Нікітіна, також студентка першого курсу, яка обирає спеціальність "Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка".

Акцент у відеоматеріалі буде зроблено на практичних результатах сценарію, що відображається у високому рівні підготовки студентів та їхньому успішному навчанні на кафедрі. Це допоможе привернути увагу нових студентів та підвищити популярність кафедри серед абітурієнтів [26, с.54].

Кафедра Інженерних систем і технологій активно працює над популяризацією своєї діяльності. Одним із важливих кроків у цьому напрямку стало створення відеопрезентації для веб-сторінки кафедри на платформі Facebook. Завдяки цьому відеоматеріалу студентам було представлено спеціальності "Екологія" та "Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка" кафедри, з метою привернення нової аудиторії та збільшення кількості студентів.

У відеоматеріалі виступили студенти першого курсу. Вони допомогли підкреслити важливість практичних аспектів навчання на кафедрі та поділитися своїми враженнями від навчання та можливостей, які вони отримали.

Світлана відіграла значну роль у створенні відеоматеріалу, презентуючи свої враження від навчання на спеціальності "Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка". У своєму виступі вона змогла відобразити ключові аспекти освітньої програми та переваги, які пропонує університет.

Світлана розповіла про вибір даної спеціальності та врази, які вона отримала від навчання. Вона акцентувала увагу на перевагах Таврійського університету, зокрема на високому рівні викладачів та можливостях для практичного навчання на підприємствах [28].

Крім того, Світлана підкреслила значення практичного досвіду, який можна отримати під час навчання. Вона поділилася своїми планами щодо першої практики на Трипільському пакувальному комбінаті, що сприятиме поглибленню знань та підготовці до майбутньої кар'єри в галузі автоматизації та робототехніки.

Світлана представила перелік можливостей, які надає спеціальність "Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка". Вона зазначила, що програма навчання дає студентам широкі можливості розвитку в таких напрямках, як розробка алгоритмів керування, програмування

промислових контролерів, а також застосування сучасних програмно-технічних засобів.

Завершивши свій виступ, Світлана висловила вдячність за увагу і запропонувала всім бажаючим приєднатися до Таврійського університету для здобуття якісної освіти в галузі автоматизації та робототехніки. Її виступ був інформативним та переконливим, сприяючи популяризації спеціальності та привертанню уваги нових студентів до кафедри [29].

Розглядаючи відео про спеціальність "Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка", був оцінений високий рівень підготовки студентів та якість представлення матеріалу. Особливу увагу ми звернули на практичні результати сценарію, оскільки мета полягала в рекламі кафедри для залучення більшої кількості студентів.

Єгор детально розповів про освітню програму та практичні можливості, які відкриває спеціальність "Екологія", вказавши на значущість вивчення предметів та участь у практиках на реальних підприємствах. Світлана ж, представляючи спеціальність "Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка", наголосила на можливостях розвитку та перспективах кар'єри для майбутніх випускників [27].

Єгор здійснив добре підготовлений та переконливий виступ, у якому він розкрив важливі аспекти своєї обраної спеціальності та університету. Він почав своє виступ з вітанням та представленням себе, що дозволило аудиторії легше сприйняти інформацію, яку він поділився. Зазначивши власний вибір спеціальності та університету, Єгор вказав на те, що це була особиста перевага, зумовлена специфікою навчальної програми та перспективами майбутньої кар'єри [30].

Важливим елементом Єгорового виступу було наголошення на значенні вибору освітньої програми, оскільки вона мала велике значення для його майбутніх професійних планів. Він звернув увагу аудиторії на різноманіття дисциплін, які включені до програми його кафедри, підкресливши їхню важливість та актуальність у сучасному світі [31].

Підсумовуючи свій виступ, Єгор рекомендував абітурієнтам ретельно аналізувати освітні програми, звертати увагу на компетентність викладачів та особистість гаранта програми. Він закликав аудиторію свідомо обирати університет та бажав успіху в майбутніх навчальних та професійних зусиллях.

Єгор вдало демонстрував своє розуміння специфіки обраної ним спеціальності та впевнено виступав перед аудиторією. Він привернув увагу слухачів до актуальності екологічних проблем, що потребують негайних та ефективних рішень. Єгор вдало поєднав загальні твердження про екологічну проблематику з конкретикою своєї освітньої програми, надавши приклади предметів та їх значення [32].

Важливим аспектом презентації Єгора було його особисте бачення майбутнього, де він планує активно долучитися до вирішення екологічних проблем, зокрема у сфері промисловості. Він зумів збагатити виступ конкретними прикладами інноваційних методів роботи, що здатні покращити екологічну ситуацію.

Єгорова порада щодо уважного аналізу освітніх програм та вибору університету виявилася корисною для аудиторії, підкресливши важливість ретельного підходу до цього процесу. Він збагатив виступ корисними порадами та особистим досвідом, сприяючи більш свідомому та обґрунтованому вибору майбутньої освіти.

Єгор продемонстрував високий рівень ерудиції та вміння чітко та лаконічно висловлювати свої думки, що свідчить про його професійну підготовку та впевненість у власних силах. Його здатність використовувати приклади та аргументи підтримувала його промову на високому рівні і забезпечувала розуміння з боку аудиторії [33].

Завдяки вдалому виступу, Єгор відобразив свою зацікавленість у сфері екології та готовність до активної участі у вирішенні актуальних проблем. Його презентація стала цікавим та пізнавальним доповненням до загального контексту сценарію і заслуговує на позитивну оцінку.

Враховуючи їхні доповіді, можна зробити висновок про компетентність та підготовку студентів кафедри Інженерних систем і технологій, що підтверджує значущість та актуальність представлених спеціальностей.

На завершення, робота над сценарієм була важливою ланкою в його успішному втіленні. Ми, взявши на себе відповідальність за написання сценаріїв для відеоматеріалів та організацію усього процесу, спрямовували його на досягнення поставленої мети - реклами кафедри для залучення більшої кількості студентів. Наша активна участь та керівництво проектом дозволили впевнено керувати усіма етапами виробництва та забезпечили високу якість кінцевого продукту.

Співпраця з Наталією В'ячеславівною Омецинською, завідувачкою кафедри, була надзвичайно плідною та ефективною. Її підтримка та експертна допомога були неоціненними для успішної реалізації проекту. Завдяки спільним зусиллям ми змогли створити якісний контент, який відображав ключові аспекти та переваги кафедри [34].

Основні учасники відеоматеріалів, такі як студенти Вішемірський Георгій та Нікітіна Світлана, внесли вагому конструктивну допомогу у реалізацію нашого проекту. Вони стали героями наших відеороликів, демонструючи своє зацікавлення та знання у вибраних спеціальностях.

Висновки з даного проекту свідчать про успішну співпрацю, високий рівень відповідальності та ефективне використання ресурсів для досягнення поставлених цілей. Цей проект не лише просуває кафедру, а й сприяє приверненню уваги та зацікавлення нових студентів у навчанні на цій кафедрі. Єгор переконливо закликав майбутніх абітурієнтів до уважного розгляду особистого вибору університету, звертаючи увагу на значущість освітніх програм та наявність кваліфікованих викладачів у конкретному закладі. Його виступ був добре підготовлений, інформативний та мотиваційний, що, безумовно, залишило позитивне враження на аудиторії.

Робота над проектом з популяризації професійного контенту для журналістів - це не лише важлива, але й захоплююча справа. Вона потребує

від нас ретельного вивчення цільової аудиторії, її потреб та інтересів. Це допомагає налагодити ефективний механізм комунікації, що спрямований на взаєморозуміння та взаємодію [34].

Основна мета такого проєкту - впливати на свідомість та усвідомлення професійних можливостей серед молоді. Наша цільова аудиторія - це студенти, які вирішують, яку професію обрати та які кар'єрні шляхи обрати. Тому ми створюємо контент, який не лише інформує, але й надихає та мотивує.

Ключовим елементом у цьому процесі є професійно написаний сценарій, який допомагає створити зміст, що цікавий та зрозумілий нашій аудиторії. Організація увесь процесу від планування до зйомки потребує від нас не лише креативності, але й вміння ефективно керувати часом та ресурсами.

Наша робота спрямована на підвищення рівня інформованості та освіченості молодого покоління професійними можливостями у журналістиці. І кожен етап цього проєкту віддзеркалює нашу пристрасність та зацікавленість у розвитку цієї галузі.

Популяризація професійного контенту для журналістів - це завдання, яке потребує постійної уваги та зосередженості. У нашій роботі ми враховуємо потреби і інтереси нашої цільової аудиторії, адже саме вони визначають успішність нашого проєкту. Ми стежимо за тим, щоб контент був не лише корисним, але й цікавим для наших глядачів [34].

Організація та планування увесь процесу відіграють важливу роль у досягненні поставлених цілей. Важливо забезпечити правильну структуру та послідовність подій, щоб наш контент був логічним та зрозумілим для аудиторії. Ми враховуємо кожен етап виробництва від написання сценарію до зйомки та монтажу, щоб забезпечити високу якість нашого матеріалу.

Наша робота має значний вплив на усвідомлення та мотивацію молоді у виборі професійного шляху в журналістиці. Ми допомагаємо їм краще розуміти можливості цієї професії та надихаємо на досягнення нових висот.

Кожен наш проєкт - це можливість сприяти розвитку журналістської галузі та формуванню нових поколінь професіоналів.

Усвідомлення важливості підходящого контенту для нашої цільової аудиторії веде нас до постійного вдосконалення нашої роботи. Ми вивчаємо їхні потреби, реакції та відгуки, щоб краще адаптувати наш контент до їхніх очікувань. Це дозволяє нам підтримувати активний та взаємовигідний зв'язок з аудиторією.

Професійна робота журналіста з популяризацією професійного контенту потребує від нас не лише творчого підходу, але й глибокого розуміння теми. Ми зосереджуємося на якісному дослідженні та аналізі інформації, щоб надати нашим глядачам найбільш достовірний та корисний контент [34].

Наша робота не лише сприяє популяризації професійної журналістики, але й відкриває нові можливості для самовдосконалення та розвитку. Ми використовуємо креативні підходи та інноваційні методи, щоб зробити наш контент цікавим та актуальним для аудиторії будь-якого віку та інтересу.

Завдяки нашій професійній роботі ми збагачуємо інформаційне простір як для професіоналів, так і для широкої громадськості. Ми віримо в силу слова та змогу журналістики впливати на формування світогляду та культури суспільства.

Отже, розділ 2 нашого дослідження розкриває практичний аспект нашої роботи над вдосконаленням професійного контенту через призму журналістики. Під час цього етапу ми зосередилися на вивченні різних напрямів, які можуть сприяти підвищенню якості та ефективності нашої діяльності.

Першочерговою метою нашої практичної роботи було визначення оптимальних стратегій для покращення професійного контенту. Ми досліджували різні методиками та підходи, які можуть допомогти нам досягти цієї мети, зокрема, використання різноманітних журналістських технік та інструментів.

Важливим аспектом нашої практичної роботи було впровадження знань, отриманих під час аналізу теоретичних досліджень, у реальну життєву практику. Ми активно застосовували нові стратегії та методи, щоб перетворити наш контент на більш привабливий та корисний для аудиторії.

У результаті нашої практичної роботи ми досягли певних успіхів у вдосконаленні професійного контенту засобами журналістики. Отримані знання та досвід дозволили нам зробити крок уперед у нашій професійній діяльності та підвищити якість нашої роботи.

ВИСНОВКИ

Під час роботи були отримані такі результати: проаналізовано сучасний стан популяризації професійного контенту в журналістських матеріалах, вивчені методи та прийоми використовуваних журналістами для привертання уваги аудиторії до фахової тематики. Була зроблена оцінка ефективності інструментів, використовуваних для збільшення зацікавленості громадськості до технічних та наукових знань.

Були зроблені висновки, що для популяризації контенту загальноуніверситетської кафедри доцільно активно використовувати соціальні мережі для розповсюдження контенту та залучення аудиторії, забезпечити актуальність та оновлення інформації на сторінці, додавання інтерактивних елементів та рубрик чи форми зворотного зв'язку. Це знайшло відображення в практичних рекомендаціях наданих кафедрі. Крім того, були підготовлені різні сюжети і показано на практиці, з чим потрібно працювати, щоб зацікавити цільову аудиторію.

Під час роботи над відеоматеріалом про спеціальності «Екологія» та «Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка». Ми взяли на себе відповідальність за написання сценарію та організацію всього процесу зйомок. Підкреслюючи, ми домовлялись з усіма учасниками та забезпечувала відповідні ресурси та матеріали для зйомок.

У цих відеоматеріалах участь взяли студенти Єгор та Світлана, які активно долучилися до проекту та допомагали з виконанням сценарію. Вони сприяли створенню живих та інформативних кадрів, що відображали особливості навчання на відповідних спеціальностях.

Участь у цьому проекті полягала не лише в плануванні та організації, але й у написанні тексту для коментарів, які супроводжували відеоряд. Це дозволило чітко передати інформацію про особливості навчання на кафедрі та переваги обраних спеціальностей для майбутніх студентів.

Усі ці етапи роботи вимагали не лише творчого підходу, але й вміння ефективно співпрацювати з командою та координувати дії усіх учасників проекту. В результаті наша спільна робота дозволила створити якісний та інформативний матеріал, спрямований на популяризацію кафедри та привертання уваги майбутніх студентів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабкіна Е. Проектна діяльність редактора Інтернет-ЗМІ: від створення концепції до комунікаційної стратегії (на прикладі авторського мережевого видання «Cookiebooks»). 2015. № 2. С. 166-170.
2. Бойд Е. Ефірна журналістика: Технології виробництва ефірних новин / Е. Бойд ; пер. з англ. О. О. Колот ; Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. - 5-те видання - К., 2007. - 429 с.
3. Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / За загал. ред. В. Ф. Іванова. - К.: Академія Української Преси, 2011. - 262 с.
4. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. - Київ: ТОВ Софія-А, 2016. - 184 с.
5. Городенко Л. Нові медіа: журналістика чи комунікація / Л. М. Городенко// Current issues of mass communication. - 2013. - Issue 14. - С. 65-69.

6. Данько-Сліпцова А. Нові медіа: історія, типологія / Анна Данько-Сліпцова // Український науковий журнал «Освіта регіону». - № 1-2. - 2014. - С. 80-85.
7. Захарченко А. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». - Тернопіль, «Крок». - 2014. - 198 с.
8. Зражевська Н. Нові медіа і нові форми комунікації в медіа культурі / Ніна Зражевська // Актуальні питання масової комунікації. - 2013. - № 14. - С. 70.
9. Карвер Р. Свобода інформації. Теорія та практика/ Р. Карвер; пер. з англ. Р. Тополевського; Харківська правозахисна група. - Х., 2005. - 115 с.
10. Крейг Р. Інтернет-журналістика. - К. : Видавничий дім «КиєвоМогилянська академія», 2007. - 323 с.
11. Потятиник Б. Інтернет-журналістика: навч. посіб. / Борис Володимирович Потятиник. - Львів : ПАІС, 2010. - 246 с.
12. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця: Практичний посібник. - 2-ге вид., стереотипне. - К.: Наша культура і наука, 2006. - 560 с.
13. Чабаненко М. В. Основи інтернет-журналістики: навчальний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напрямку підготовки «Журналістики» / М. В. Чабаненко. - Запоріжжя «Просвіта», 2013. - 112 с.
14. Глушкова Т.В. Інтерактивна реклама як засіб взаємодії зі споживачем // Наукові записки Інституту журналістики. Том 56. 2014. Липень-вересень. С. 86– 90.
15. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різуна — К.: Центр Вільної Преси, 2010. — 258 с. С. 190-193
16. Шкляр В. І. Теорія і методика журналістської творчості : [конспект лекцій] / В. І. Шкляр. – К. : Видання МІЛП, 1999. – 31 с. 69

17. Горевалов С. І. Вступ до спеціальності кіно-, телемистецтво : [навч. посіб.] / С. І. Горевалов, Г. О. Десятник. – К. : КНУ, 2014. – 132 с.
18. Рендол Девід. Універсальний журналіст / Девід Рендол ; [пер. з англ. М. Марченко]. – К., 2007. – 150 с.
19. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : [підручник] / В. В. Лизанчук . – К. : Знання, 2006. – 628 с
20. Мацкевич О. О. Порівняння інтернет-ЗМІ та інших суб'єктів, що діють у сфері масової інформації / О. О. Мацкевич // Актуальні проблеми держави і права: зб. наук.пр. /редкол.: С. В. Ківалов (голов. ред.), В. М. Дрьомін (заст. голов. ред.), Ю. П. Аленін [та ін.]; МОН України, НУ ОЮА. – Одеса: Юрид. л-ра, 2013. – Вип. 70. - С. 202-209.
21. Українська журналістика в контексті світової : зб. наук. праць. – К., 2001. – Вип. 5. – С. 90–96
22. Трейсі Б. «Як керують найкращі» українською мовою від видавництва «Клуб Сімейного Дозвілля» 2017 р.
23. МЕДІАКОНВЕРГЕНЦІЯ ТА ФОРМИ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/14955/1/SOV.pdf> (Дата звернення: 28.04.2024).
24. Конвергентність та мультмедійність медіа в XXI столітті URL: <https://medialiteracy.org.ua/konvergentnist-ta-multmedijnisnist-media-v-hhi-stolitti/> (Дата звернення: 19.04.2024).
25. Конвергентна еволюція // : навч.-метод. посіб. / уклад. О. Г. Лановенко, О. О. Остапішина. — Херсон : ПП Вишемирський В. С., 2013. — С. 109
26. Нагорняк М. В. Проблеми формування інформаційного простору України / М. В. Нагорняк // Вісн. Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Сер. Журналістики. – 1997. – Вип. 5. – С. 54–59.
27. Слово і діло, аналітичний портал URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/05/03/novyna/suspilstvo/ukrayina-vtratyla-devyatpozuczij-svitovomu-indeksi-svobody-presy> 31. Стандарти Ради Європи у

сфері медіа URL: https://old.archives.gov.ua/International/R_E_final.pdf ст 8. (Дата звернення: 18.04.2024).

28. Щорічне опитування USAID-Internews Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2021/11/Opytuvannya-stavlennya-naselennya-do-media-ta-spozhyvannya-riznyh-typiv-media-2021.pdf> (Дата звернення: 17.04.2024).

29. Як правильно комунікувати із цільовою аудиторією, щоб був результат URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/741276/mod_resource/content/1/%D0%A%D0%BA_%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B8_%D1%96%D0%B7_%D1%86%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%8E_%D0%B0%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%94%D1%8E.pdf (Дата звернення: 21.04.2024).

30. Соціальні мережі випередили телебачення як джерело новин для молоді. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/16814/2016-06-16-sotsialni-merezhi-vuperedyly-telebachennya-yak-dzherelo-novyn-dlya-molodi/> (Дата звернення 20.04.2024).

31. Визначення масової комунікації. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2408> (Дата звернення: 22.04.2024).

32. РОЗДЕРЖАВЛЕННЯ: ПІДСУМКИ ТРЬОХ РОКІВ РЕФОРМИ . URL: <https://cedem.org.ua/analytics/rozderzhavlennya-pidsumky-troh-rokiv-reformy/> (Дата звернення: 25.04.2024).

33. Луцюк І. Регіональні ЗМІ в сучасному суспільстві: функції, завдання та проблеми / І. Луцюк // Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. – Вип. 39. – 2014. – С. 152–157.

34. Гроші є, а креативу немає. Як розвивається український ринок нативної реклами // НВ. URL: <https://nv.ua/ukr/techno/itindustry/hroshi-je-a->

kreativu-nemajejak-rozvivajetsja-ukrajinskij-rinoknativnoj-reklami-2473378.html (

Дата звернення: 28.04.2024).

35. Кафедра інженерних систем та технологій. URL: <https://tnu.edu.ua/kafedra-zagalnoinzhenernix-disciplin-ta-teploenergetiki-profesorsko-vikladackij-sklad/> (Дата звернення: 28.04.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця

Професійна робота журналіста з популяризацією професійного контенту

Компонент	Опис
Тема	"Професійна робота журналіста з популяризацією професійного контенту"
Мета	Дослідження методів та технологій роботи журналіста у популяризації професійного вмісту
Об'єкт	Професійний контент
Предмет	Робота журналіста
Завдання	Аналіз та оцінка роботи журналіста, розробка стратегій популяризації, вивчення новітніх технологій
Методи	Аналіз літератури, експертні опитування, вивчення відповідних кейсів
Результат	Розроблення рекомендацій для ефективної популяризації професійного контенту

Додаток Б

Сценарій до відео №1

Добрий день!

Мене звать Єгор. Я студент першого курсу, кафедри інженерних систем та технологій, спеціальності «Екологія».

Хочу декілька слів сказати про нашу кафедру і спеціальність.

Ви, мабуть, помітили, що планета тоне у смітті і з цим потрібно щось робити! Спеціальність Екологія є у багатьох університетах України, але при виборі навчального закладу я звертав особливу увагу саме на назву освітньої програми, вони дуже різняться, бо сфера екології дуже широка і передбачає багато різних аспектів, а мені хотілось зайнятись в майбутньому саме питанням очищення навколишнього світу і якому я живу. В ТНУ освітня програма називається «Екологізація промисловості та економіка замкненого циклу, саме це і стало вирішальним у виборі університету, бо в майбутньому я планую займатись питаннями зменшення негативного впливу промисловості на екосистему України. Сподіваюсь мені вдасться посприяти побудові більш сталої та екологічно чистої промисловості і нашій країні. Раджу вам, звертати увагу на вміст освітніх програм, на освітні компоненти, тобто на перелік дисциплін, що будуть формувати основні компетентності фахівця з екології. Якщо ви звернете увагу на дисципліни нашої кафедри, то побачите багато цікавих і змістовних предметів.

До прикладу:

«Ландшафтна екологія» вивчає взаємодію між живими організмами та їх середовищем на рівні ландшафтів. Ця наука спрямована на розвиток стратегій збереження біорізноманіття та управління природними ресурсами для забезпечення сталого розвитку.

«Урбоекологія» досліджує вплив людської діяльності на навколишнє середовище в міських областях. Вона аналізує взаємозв'язки між міськими екосистемами, атмосферним забрудненням, використанням землі, розподілом

ресурсів та як ці фактори впливають на здоров'я людей та екологічну стійкість міст.

«Гідрологія» концентрується на вивченні водних систем, їх розподілі, руху та взаємодії з навколишнім середовищем.

«Економіка природокористування» аналізує використання та розподіл природних ресурсів з урахуванням економічних аспектів та сталого розвитку.

«Екологічне право» регулює відносини між людьми та природою, встановлюючи правові норми та стандарти для охорони довкілля та збереження біорізноманіття.

Також при вступі раджу звертати увагу на особистість гаранта освітньої програми. У нас в ТНУ це Дичко Аліна Олегівна, вона доктор наук, професор, і як раз спеціалізується на питаннях біоенергетичних технологій, зокрема дуже цікаво завжди розповідає про новітні інноваційні методи переробки твердих побутових відходів і перетворення їх на біогаз, яким потім використовується як джерело енергії. Тобто можна брати відходи, наприклад, житлового комплексу, отримувати біогаз і використовувати його для опалення цього ж житлового комплексу. Дуже цікава технологія!

Раджу всім майбутнім абітурієнтам свідомо робити вибір університету і уважно ознайомились з вмістом освітніх програм. Бажаю вам зробити правильний вибір і приєднатись до родини ТНУ.

Додаток В

Пропозиції щодо корегування сторінки кафедри інженерних систем і технології інституту муніципального управління міського господарств

Для покращення візуальної привабливості та привертання уваги відвідувачів сайту можна розглянути зміну колірної гами. Синій колір, який використовується зараз, може виглядати занадто офіційно. Рекомендується

додати більше яскравих та енергійних кольорів, які відобразатимуть динамічність та життєвість кафедри.

У розділі про кафедру можна розглянути додавання більшої кількості інформації щодо досягнень студентів та викладачів. Наприклад, можна включити огляд проектів, над якими працюють студенти, їхні наукові досягнення та участь у конференціях чи конкурсах.

Додавання розділу про найкращих викладачів та їхні досягнення може підкреслити професійний рівень кафедри та залучити увагу абітурієнтів. В цьому розділі можна навести короткі біографії викладачів, їхні наукові публікації, участь у проектах та інші важливі досягнення.

Крім того, рекомендується додати на сайт відео-презентації, які розповідатимуть про спеціальності кафедри, особливості навчання та можливості кар'єрного зростання. Це допоможе залучити увагу абітурієнтів та зробити інформацію більш доступною та цікавою.

Я вважаю, що для збільшення привабливості та інформативності сторінки кафедри також можна розглянути можливість додавання рубрик, які будуть цікаві для різних категорій відвідувачів. Наприклад, створення розділу "Студентське життя", де будуть публікуватися фотографії та описи заходів, які проводяться на кафедрі, спортивні змагання, культурні заходи тощо.

Додавання інтерактивних елементів, таких як опитування чи форми зворотного зв'язку, дозволить відвідувачам брати активну участь у житті кафедри та висловлювати свої думки та побажання. Це також сприятиме покращенню комунікації між студентами, викладачами та адміністрацією кафедри.

Додатково можна розглянути можливість створення розділу або сторінки, присвяченої проектам та дослідженням, які ведуться на кафедрі. Це дозволить не лише продемонструвати активність наукової діяльності

кафедри, але й створить можливість для співпраці з іншими науковими установами чи промисловими партнерами.

На мій суб'єктивний погляд, слід звернути увагу на адаптацію сайту для мобільних пристроїв. З ростом популярності смартфонів і планшетів важливо забезпечити, щоб сторінка чітко відображалася на різних розмірах екрану та була зручною для використання.

Необхідно також забезпечити можливість швидкого доступу до основної інформації про кафедру, наприклад, через створення "швидкого доступу" або "швидких посилань" до найбільш популярних розділів чи матеріалів.

Я думаю, що слід приділити увагу посиланням на корисні ресурси та літературу з відповідних областей, що допоможе студентам та іншим відвідувачам знайти додаткові матеріали для вивчення та досліджень.

Також, на мою думку, важливо забезпечити актуальність та оновлення інформації на сторінці. Регулярне оновлення новин, подій та інших матеріалів допоможе зберігати інтерес відвідувачів та показувати динаміку розвитку кафедри. Також слід забезпечити зручний інтерфейс для навігації по сторінці, щоб користувачі легко могли знаходити потрібну інформацію.

Важливо мати у команді людину зі спеціалізованими знаннями і літературними навичками, яка здатна цікаво та доступно представляти матеріал. Додавання такої особи до команди забезпечить якісне оновлення та розвиток контенту. Залучення студентської творчості: Можливість залучення студентів дозволить їм набути досвіду у професійній журналістиці та працювати над контентом, що відповідає їхнім інтересам та здібностям. Це сприятиме урізноманітненню матеріалів та залученню нових ідей.

Рекомендується активно використовувати соціальні мережі для розповсюдження контенту та залучення аудиторії. Важливо розглянути можливість залучення великої кількості платформ, щоб матеріали були

доступними для різних сегментів цільової аудиторії. Такий підхід дозволить покращити розповсюдження контенту та залучити нових читачів.

Додаток Г

Сценарій №2

Доброго дня! Мене звати Світлана, я навчаюсь на спеціальності 174 «Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка».

Я розповім свої враження і чому саме обрала цей університет і надам коротку інформацію про спеціальність на якій я навчаюся в Таврійському університеті.

Ця спеціальність відкриває двері у велике майбутнє, і саме це стало однією з головних причин мого вибору. Саме Таврійський університет вирізнявся неймовірними рекомендаціями, схвальними відгуками та складом викладачів, які дійсно дають можливість здобути ґрунтовні знання. До кожного студента тут ставляться індивідуально, завжди готові допомогти у вирішенні будь-яких проблем. З деякими викладачами я познайомилась ще під час подачі документів і вже тоді зрозуміла, що зробила правильний вибір.

Освітня програма дає змогу студентам відвідати підприємства та особисто відчувати цю неймовірну атмосферу. Постійні екскурсії та відвідування різноманітних виробництв сприяють поглибленню знань та кращому вибору майбутнього місця роботи. Наприклад, свою першу практику я проходитиму на Трипільському пакувальному комбінаті. Навчання організовано за змішаною схемою: тиждень через тиждень. Проте це не заважає викладачам та студентам підтримувати тісний зв'язок та плідно спілкуватися. Заняття проходять цікаво, динамічно та пізнавально. Студенти виявляють активну зацікавленість, а викладачі захопливо та фахово навчають.

Спеціальність «Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка» дає можливість:

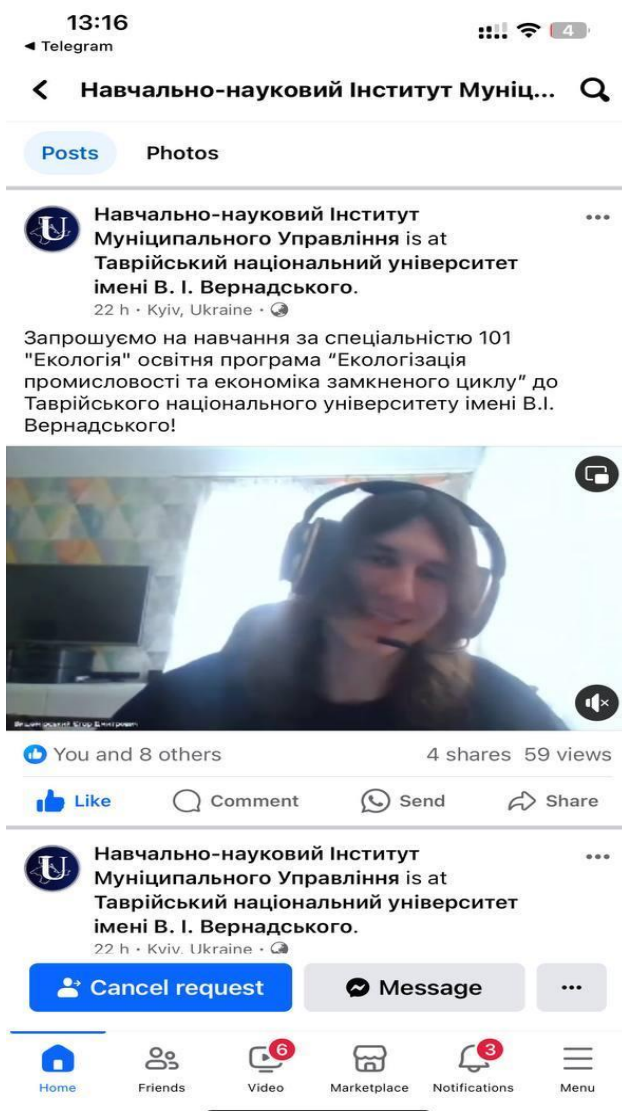
1. Розробляти алгоритми керування засобами автоматизації;
2. Програмувати промислові контролери в системах та ланках СА;
3. Створювати алгоритми та програмувати мікропроцесорні засоби робототехніки та в СА;
4. Здійснювати роботи по експлуатації систем автоматизації;
5. Забезпечувати модернізацію систем автоматизації;
6. Застосувати сучасні програмно-технічні засоби реалізації алгоритмів керування технічними засобами автоматизації.

Яке професійне майбутнє чекає на випускників:

1. Фахівець у галузі автоматизації та комп'ютерно-інтегрованих технологій;
2. Спеціалістом з проектування та експлуатації комп'ютерно-інтегрованих комплексів автоматизації;
3. Розробником комп'ютерних моделей виробничих процесів;
4. Спеціалістом з експлуатації автоматизованих систем на базі WEB-технологій та технологій мобільних комунікацій.

Дякую за увагу! Побачимося у Таврійському!

Додаток Г
Скріншот публікації №1




Додаток Д
Скріншот публікації №2

13:16 📶 4

◀ Telegram


◀ **Навчально-науковий Інститут Муніц...** 🔍



Posts Photos





 **Навчально-науковий Інститут
Муніципального Управління is at
Таврійський національний університет
імені В. І. Вернадського.** ⋮


22 h · Kyiv, Ukraine · 🌐

Запрошуємо на навчання за спеціальністю 174
"Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та
робототехніка" до Таврійського національного
університету імені В.І. Вернадського!




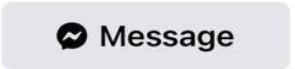
  You and 14 others 6 shares 83 views







 Like  Comment  Send  Share

 **Навчально-науковий Інститут
Муніципального Управління is with Vladimir
Kyselev and 3 others.** ⋮

1 May · 🌐

Запрошуємо здобувачів ВСП "Київський фаховий

  ⋮

 Home  Friends  Video  Marketplace  Notifications  Menu

АНОТАЦІЯ

У даній кваліфікаційній роботі розглядається тема "Професійна робота журналіста з популяризації професійного контенту". Перший розділ аналізує професійну діяльність журналіста у сфері популяризації професійного контенту, вивчаючи технології та методи роботи. Другий розділ зосереджується на конкретних аспектах створення відеоматеріалів для просування кафедри через розробку сценарію та організацію зйомки. Робота розкриває важливість вміння комунікувати з цільовою аудиторією та вміння використовувати підходящі медіа-інструменти для досягнення поставлених цілей. Основна увага приділяється ролі автора у підготовці та реалізації відеопроєктів, підкреслюючи його вміння адаптуватися до вимог сучасного медіапростору та сприяти розвитку власної професійної майстерності.

Ключові слова: журналістика, популяризація професійного контенту, відеоматеріали, сценарій, організація зйомки.

ANNOTATION

This qualification work delves into the theme "Professional Work of a Journalist in Popularizing Professional Content." The first section analyzes the professional activity of a journalist in the sphere of professional content popularization, examining the technologies and methods of work. The second section focuses on specific aspects of creating video materials to promote the department through script development and shooting organization. The work highlights the importance of communicating with the target audience and using appropriate media tools to achieve set goals. Special attention is paid to the author's role in the preparation and implementation of video projects, emphasizing their ability to adapt to the demands of the modern media space and contribute to the development of their own professional skills.

Keywords: journalism, professional content popularization, video materials, script, shooting organization.